



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL**

“ Relación entre la Campaña Gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en niños de 4° a 6° de primaria de dos colegios en Comas-Lima-Norte-2017”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Licenciada en Arte y Diseño Gráfico Empresarial**

AUTORA

Claudia Esthefani Penas Quesada

ASESOR

Miguel Antonio Cornejo Guerrero, Ph.D.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

**ARTE VISUAL Y SOCIEDAD: ANÁLISIS Y DESARROLLO DE PROCESOS DE
COMUNICACIÓN VISUAL, EN EL AVANCE DE LA SOCIEDAD
CONTEMPORÁNEA**

LIMA - PERÚ

Año 2017

PRESIDENTE

Primer jurado

Miguel Antonio Cornejo Guerrero, Ph. D

SECRETARIO

Segundo jurado

Mg. Juan Apaza Quispe

VOCAL

Tercer jurado

Mg. Rocío Bernaza Zabala

DEDICATORIA

Este presente trabajo se lo dedico a mis padres, hermanos y enamorado que con su apoyo y bendición incondicional que me brindaron me apoyaron para seguir día a día, para alcanzar mis metas y poder así desarrollarme profesionalmente.

AGRADECIMIENTO

Agradezco bastante a dios por poder darme la fuerza de seguir a pesar de todo. A mis padres por el apoyo que me brindan. Al profesor Miguel Cornejo por su apoyo. Finalmente a mis hermanas, enamorado que me apoyaron, motivaron para poder realizar esta investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Penas Quesada Claudia Esthefani con DNI N° 70025038, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Arte y Diseño Gráfico Empresarial, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 17 de Mayo del 2017

Claudia Esthefani Penas Quesada

ÍNDICE

CARÁTULA.....	I
PÁGINA DEL JURADO.....	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	V
PRESENTACIÓN.....	VI
INDICE	
RESUMEN	
I. INTRODUCCIÓN	
1.1. Realidad Problemática.....	13
1.2. Trabajos Previos.....	14
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	17
1.4. Formulación del problema.....	22
1.5 Justificación de estudio.....	24
1.6 Objetivos.....	25
1.7 Hipótesis.....	26
II. MÉTODO	
2.1. Diseño, tipo y nivel de investigación.....	29
2.2. Variables y operacionalización de variables.....	30
2.3. Población, muestra y muestreo.....	34
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	34
2.5. Métodos de análisis de datos.....	37
2.6. Aspectos éticos.....	66

III. RESULTADOS.....	67
IV. DISCUSIÓN.....	72
V. CONCLUSIÓN.....	76
VI. RECOMENDACIONES.....	79
VII. REFERENCIAS.....	80

ANEXOS

- ✓ Matriz de Consistencia
- ✓ Matriz de Operacionalización de Variables
- ✓ Instrumento
- ✓ Validación del instrumentos
- ✓ Carta de permiso de la institución
- ✓ Data
- ✓ Cronograma de ejecución
- ✓ Producto (Brief)
- ✓ Registro de Campo

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Diseño, tipo y nivel de investigación	29
Tabla 2. Clasificación de variables	30
Tabla 3. Operacionalización de variables	32
Tabla 4. Cuadro de validación del Instrumento de recolección de datos	35
Tabla 5. Cuadro de prueba binomial	36
Tabla 6. Cuadro estadístico de fiabilidad	36
Tabla 7. Frecuencia de la variable X. Campaña gráfica	38
Tabla 8. Frecuencia de la variable Y. Consumo Responsable	38
Tabla 9. Frecuencia de la pregunta n° 1	39
Tabla 10. Frecuencia de la pregunta n° 2	40
Tabla 11. Frecuencia de la pregunta n° 3	41
Tabla 12. Frecuencia de la pregunta n° 4	42
Tabla 13. Frecuencia de la pregunta n° 5	43
Tabla 14. Frecuencia de la pregunta n° 6	44
Tabla 15. Frecuencia de la pregunta n° 7	45
Tabla 16. Frecuencia de la pregunta n° 8	46
Tabla 17. Frecuencia de la pregunta n° 9	47
Tabla 18. Frecuencia de la pregunta n° 10	48
Tabla 19. Frecuencia de la pregunta n° 11	49
	50

Tabla 20. Frecuencia de la pregunta n° 12

Tabla 21. Prueba de normalidad de las variables: Campaña Gráfica y Consumo Responsable. 51

Tabla 22. Cuadro de correlación: Campaña Gráfica y Consumo Responsable. 52

Tabla 23. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Creación de campaña y Medio ambiente. 53

Tabla 24. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Creación de campaña y Medio ambiente. 53

Tabla 25. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Creación de campaña y Huella ecológica. 54

Tabla 26. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Creación de campaña y Huella ecológica. 55

Tabla 27. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Creación de campaña E impacto ambiental. 56

Tabla 28. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Creación de campaña e impacto ambiental. 56

Tabla 29. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Elementos de campaña y medio ambiente. 57

Tabla 30. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Elementos de campaña y medio ambiente. 58

Tabla 31. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Elementos de campaña y Huella ecológica. 59

Tabla 32. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Elementos de campaña y huella ecológica. 59

Tabla 33. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Elementos de campaña e Impacto ambiental. 60

Tabla 34. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Elementos de campaña e Impacto ambiental. 61

Tabla 35. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Responsabilidad ecológica y Medio ambiente. 62

Tabla 36. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Responsabilidad ecológica y medio ambiente. 62

63

Tabla 37. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Responsabilidad ecológica y Huella ecológica.	
Tabla 38. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Responsabilidad ecológica y huella ecológica.	64
Tabla 39. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Responsabilidad ecológica E impacto ambiental.	65
Tabla 40. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Responsabilidad ecológica e impacto ambiental.	65

ÍNDICE DE GRÀFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Frecuencia de la pregunta n° 1	39
Gráfico 2. Frecuencia de la pregunta n° 2	40
Gráfico 3. Frecuencia de la pregunta n° 3	41
Gráfico 4. Frecuencia de la pregunta n° 4	42
Gráfico 5. Frecuencia de la pregunta n° 5	43
Gráfico 6. Frecuencia de la pregunta n° 6	44
Gráfico 7. Frecuencia de la pregunta n° 7	45
Gráfico 8. Frecuencia de la pregunta n° 8	46
Gráfico 9. Frecuencia de la pregunta n° 9	47
Gráfico 10. Frecuencia de la pregunta n° 10	48
Gráfico 11. Frecuencia de la pregunta n° 11	49
Gráfico 12. Frecuencia de la pregunta n° 12	50

RESUMEN

La presente investigación planteó encontrar la relación entre de la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en niños de 4º a 6º de primaria en dos colegios en Comas- Lima-Norte-2016. El siguiente estudio tiene un enfoque cuantitativo-descriptivo, de tipo no experimental y comprende un diseño correlacional.

Para llevarla a cabo, se contó con una muestra de 278 alumnos de una población finita de 1000 estudiantes entre los 7 a 13 años, de cuarto a sexto de primaria. Se desarrolló un muestreo aleatorio simple y se ejecutó la técnica de la encuesta conformada por 12 preguntas respectivamente con alternativas de escala de Likert.

Los datos recopilados pasaron a través de un análisis estadístico, donde se utilizó el software IBM SPSS Statistics 20.0. Por lo tanto, permitió encontrar la correlación de hipótesis de las variables arrojando una correlación de 0.626 con una significancia de 0.000 que es menor al 0,01 con un 99% de confianza. Por lo tanto, se afirmó que existe una correlación positiva media entre las dos variables. De esta manera, se rechaza la hipótesis nula y se afirma la hipótesis de investigación en el nivel de 0.01 (1% de error).

Palabras Clave: Campaña gráfica, reciclaje, consumo responsable, cambios de hábitos.

ABSTRACT

The present research aimed to find the relationship between the graphic campaign for paper recycling and responsible consumption in children from 4th to 6th grade in two schools in Comas-Lima-Norte-2016. The following study has a quantitative-descriptive approach, of non-experimental type and comprises a correlational design.

To carry it out, there was a sample of 278 students from a finite population of 1000 students between the ages of 7 and 13, from fourth to sixth grade. A simple random sampling was performed and the survey technique was performed, consisting of 12 questions, respectively, with Likert scale alternatives.

The data collected passed through a statistical analysis, where the IBM SPSS Statistics 20.0 software was used. Therefore, it allowed to find the hypothesis correlation of the variables yielding a correlation of 0.626 with a significance of 0.000 that is less than 0.01 with a 99% confidence. Therefore, it was stated that there is a mean positive correlation between the two variables. In this way, the null hypothesis is rejected and the research hypothesis is affirmed at the level of 0.01 (1% error).

Keywords: Graphic campaign, recycling, responsible consumption, changes in habits.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática:

Una campaña gráfica cumple la función de informar, persuadir y hasta de cambiar modos de hábitos en las personas. Teniendo en cuenta que las campañas gráficas de reciclaje de papel se hacen presentes, son muy buenas para el desarrollo sobre una concientización y el buen consumo responsable en los niños, sobre todo porque tienen el poder de fomentar esa responsabilidad ecológica que aún nos hace mucha falta, pero muchas veces no la toman debida importancia ya que al ser de gran utilidad quizás no se deán temas de gran alcance y no se apliquen estrategias más interactivas, entonces ¿Qué puede hacer el diseñador para atraer al público objetivo durante la realización de una campaña?. Así mismo, el fin de toda campaña gráfica es lograr persuadir al público objetivo, como también el tipo de estrategias utilizadas en la realización de la campaña gráfica, de modo que los diseñadores tengan la capacidad de construir en forma visual (afiches, folletos, volantes, etc.) para lograr una nueva perspectiva al mundo.

Bajo este contexto, el tema que abordará la campaña gráfica sobre el reciclaje de papel es el de tener un buen consumo responsable del papel, ya que actualmente vemos que en los colegios, los niños no tienen mucha información debida sobre el reciclaje del papel ya que ni los mismos profesores les enseñan a cómo votar debidamente la basura que ellos mismos utilizan en el aprendizaje de los niños, por lo tanto hace falta el consumo responsable de papel en ellos, al no tener la debida información, los niños probablemente no sepan reutilizar los papeles que ellos mismos le dan utilidad para los trabajos prácticos y no saber que se puede estar generando una contaminación perjudicial en las mismas aulas. Esta inadecuada forma no sería beneficioso para la salud ni mucho menos para nuestro medio ambiente. Por ende, el desarrollo de esta investigación hará saber la relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en niños de 4º a 6º de primaria en dos colegios en Comas-Lima-Norte-2017.

Para la investigación, es importante encontrar el consumo responsable que ha tenido la muestra a partir de la campaña gráfica; por lo tanto se quiere responder a ¿Qué relación existe entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable del papel en niños de 4º a 6º de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas- Lima-Norte-2017?

Esta investigación permitirá contribuir a futuros estudios, en cuanto a la realización de las campañas gráficas como medio de comunicación, con el enfoque a la persuasión y contribución social. Además, de comprobar la importancia de una campaña gráfica como medio de comunicación para permanecer en las mentes de las personas. Por ello, hacer una campaña gráfica

puede servir como medio de información, persuasión, prevención o cambios de hábitos hacia el público objetivo donde el empleo de las piezas gráficas como afiches, volantes, stikers y hasta la implementación de una mascota (muñeco). Lo que busca esta investigación es mostrar la importancia en cuanto a la realización de una campaña gráfica.

Por ende, la investigación es confiable ya que cuenta con los recursos y medios necesarios para su desarrollo, junto con el apoyo de los directores de los centros educativos Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas. Además, para aplicar el tema de un consumo responsable en los estudiantes, ya que el fin es informar y persuadir sobre dicha problemática a través de una campaña gráfica.

1.2 Trabajos previos:

La campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable son temas de estudios de diversos temas siempre, sin embargo en los últimos años ha comenzado a tener una mayor importancia en todas las personas que ven como el medio ambiente se va deteriorando día a día. Es por eso que, para el presente trabajo de investigación, se ha consultado diversas fuentes con respecto a las variables estudiadas, las cuales se presentaran a continuación y están divididas de acuerdo a estudios nacionales e internacionales.

Campodónico (2002), titula su investigación Análisis sobre reciclaje de papel y cartón en la ciudad de Chiclayo, la investigación utiliza un enfoque mixto, además se apoya en la investigación descriptiva ya que utilizo como instrumento encuestas hacia los estudiantes. Su muestra está conformada por 150 estudiantes, su método fue de forma cuantitativa. La autora tuvo como objetivo determinar cuánto reciclan los estudiantes para una mejora del buen hizo del reciclaje cuyos resultados dieron positivos. Por lo tanto la investigación llego a la conclusión que la pieza gráfica empleada como material didáctico que fueron volantes tuvo alcance como demostración hacia los estudiantes para el aprendizaje de reciclaje de papel y cartón.

La empresa Montana (2011), realizó un proyecto de campaña, cuyo título fue "Reciclatón Ecomontana", su meta era lograr recolectar 1600 kilos de papel para así poder financiar una beca de rehabilitación para un niño de fundades.

La empresa Ferreyros se ofreció a participar en el "Reciclatón Ecomontana". Su población fue de 300 personas, su método fue de forma cuantitativa. La empresa montana tuvo como objetivo reciclar papel para así tener hacia las personas una sensibilización en cuanto a una buena Cultura ambiental. Por lo tanto el proyecto llegó a la conclusión de que fue gran logro gracias al compromiso y la coordinación nacional de la empresa Ferreyros por imponer así una responsabilidad ecológica en los ciudadanos demostrando que las piezas gráficas utilizadas en la Campaña sobre el reciclaje de papel es necesario en nuestra vida cotidiana y que no solo genera beneficios al aprendizaje del medio ambiente si no también dio lugar a contribuir a una ayuda social para los niños y así poder plasmar como valor el respeto e ir creando una cultura verde. Ya que también se logró financiar 8 becas de rehabilitación para los niños y la disminución de 63.7 árboles.

Sarmiento (2016), titula su investigación Campaña de reciclaje de papel y su influencia en el comportamiento de los estudiantes hacia la práctica del reciclaje en los colegios de S.M.P. 5to y 6to de primaria, Lima 2016. Su investigación fue de enfoque mixto, de forma cuantitativa. Su población fue de 275 estudiantes. Por lo tanto el autor llegó a la conclusión en la cual se determinó conforme a la campaña realizada sobre el reciclaje de papel fue necesaria ya que las piezas gráficas utilizadas como afiches, volantes, stickers fueron de gran apoyo para el entendimiento hacia los estudiantes.

Rodríguez (2015), llevo a cabo su investigación titulada La comunicación Visual y la influencia en las campañas de comunicación gráfica para la enseñanza y aplicación del reciclaje en el hogar de los estudiantes de 4to años de educación básica de la escuela Proce león de Febres Cordero en Ecuador-2011, el estudio se basa en un enfoque cuantitativo, además se apoya en la investigación descriptiva ya que se realizó una serie de encuestas, su población fue 1000 estudiantes, cuya muestra fueron 275 de 4to año del Colegio Prócer de León. Finalmente el autor dio como resultados y conclusiones que los mismos estudiantes tuvieron un mejor conocimiento e aprendizaje conforme al reciclaje utilizando así la campaña gráfica realizada en la cual se llegó a

determinar que los estudiantes pondrían en práctica lo aprendido en sus hogares e ir teniendo así un mejor uso al reciclaje.

Jaramillo (2011), titula su investigación Diseño de una campaña de relaciones públicas para promover una cultura de reciclaje, en niños y niñas estudiantes de la sección de educación básica general de la unidad educativa Evangélica Theodore, en la ciudad de Quito, Ecuador, la investigación utiliza un enfoque mixto, además se apoya en la investigación descriptiva ya que utilizó encuestas para los estudiantes. Su población fue de 250 personas, su método fue de forma cuantitativa. Por lo tanto la investigación llegó a la conclusión que se pudo observar un gran porcentaje hacia la aceptación de su campaña realizada, ya que así los estudiantes tuvieron un mejor entendimiento y desarrollo sobre como tener un buen modo de reciclar.

Claure (2015), titula su investigación Campaña de concientización para un consumo responsable de papel en los estudiantes, la investigación utiliza un enfoque mixto, se apoya en la investigación descriptiva que se utilizó encuestas hacia los estudiantes. Su población fue de 162 estudiantes, su método fue de forma cuantitativa. Por lo tanto el autor llegó a la conclusión en la cual se determinó un buen resultado haciendo estos tipos de campaña con la ayuda de las piezas gráficas, en la cual obtuvo alto porcentaje para el aprendizaje de la concientización ambiental y el bueno desarrollo de un consumo responsable en los estudiantes.

Guerra (2013), para optar el título de Licenciado en Administración de la Empresa del Diseño en la universidad Nueva Esparta, titula su investigación Campaña Educativa sobre la importancia del Reciclaje del papel. Colegio internacional de Caracas. Municipio de Baruta. Fue de enfoque mixto, de diseño no experimental descriptivo, la técnica de instrumento que utilizó fue cuestionario y entrevista, tuvo una población de 250. El estudio estuvo compuesto por dos fases, en la primera se elaboró un esquema de la campaña haciendo énfasis en el diseño gráfico y sus mensajes en las piezas gráficas, en la segunda fase, se realizó la evaluación de los elementos del diseño gráfico a la muestra de estudiantes, dando como conclusión que fueron necesarios para

la realización de una campaña ya que aporta mucho en la información que se desea dar hacia el público objetivo y que este ponga en práctica lo aprendido.

1.3 Teorías relacionadas al tema:

En este estudio se utilizan dos temas, de los cuales son Campaña Gráfica y Consumo Responsable. El primer aspecto que se está investigando es Campaña gráfica, según el autor Malú Asencio “Las campañas gráficas ecológicas representan la falta de concientización que estamos haciendo actualmente con la naturaleza y en el mundo. De alguna manera demuestran lo que se puede hacer siempre y cuando se realice una campaña”. (Asencio, 2012) el termino campaña es más que todo una creación que se lleva a cabo con la finalidad de alcanzar un determinados objetivos ya que estos pueden ser utilizados en diversos temas según en mensaje que intente influir. Una campaña implica una serie de estrategias y el utilizamiento de diversos elementos para lograr el resultado adquirido. Estos pueden ser resultados que suelen hacer referencia a consecuencias que vemos en la sociedad para así adquirir una aceptación. Se define como creación de la campaña a la planificación, ejecución y el control de una campaña, a lo cual llevan un análisis exhaustivo, no solo al mercado o al consumidor, si no también aquellas recopilaciones que puedan dar inicio a la creación de una campaña. En buscar información es el proceso básico en la elaboración del desarrollo de unas de las estrategias creativas, también concuerde de su capacidad y perseverancia, dependerá mucho el margen y maniobra para encontrar la mejor idea y la estrategia más adecuada, para que se lleve a cabo con eficacia. Según Guzmán (2003), la creación de una campaña esta principalmente la Propuesta de comunicación ya que eso lo primero que deben determinar los creativos a la creación de una campaña, en el cual se determina que es lo que se quiere dar a conocer y quiénes son nuestro público objetivo, y a quién se dirige la comunicación que se va a dar. Por el otro tenemos a la Expresión Creativa, en el cual es el enfoque creativo de la campaña, en el cual es sobre todo resaltar el producto creado o tema a enseñar de ahí es donde nace el “Slogan”, que

vendría ser la palabra cable que engloba a toda nuestra campaña que vallamos a realizar (p.11).

Se define como Elementos de la campaña, al conjunto de series de estrategias las cuales implicar a comunicar un único mensaje, como también mantener un buen entendimiento de lenguaje, mediante un entendimiento claro que pueda tener, ya sea verbal o gráfica y de otros elementos incluidos para el mensaje que se desea realizar. Guzmán (2003), nos dice que los principales elementos para la realización de una campaña es la Determinación de objetivo, ya que toda campaña debe permanecer a los objetivos del marketing, para lograrlo, se aplican estrategias publicitarias que deben seguir los mismo fines, a través de una buena sincronización, puesto que el resultado que hay que alcanzar sea fijado en un espacio y tiempo para que así se fije la meta a donde se quiere llegar. La adopción del mensaje es más que todo primero atraer la atención del público objetivo, para que así en el momento de ser enunciado el producto o tema al hablar este sea memorables para el público, ya que lo que se buscamos es la recordación que puedan obtener nuestro público a quién nos dirigimos, haciendo así satisfactoria nuestra campaña a realizar ya que se alcanza uno de nuestros objetivos que es la de poder transmitir el tipo de mensaje que queremos hacer llegar (p.16).

Según González (1999), dice que la Responsabilidad Ecológica lo define como tener respeto al medio ambiente, así mismo tener como modo de valoración e entendimiento para nuestras futuras generaciones (p.20), sabemos que en la actualidad las empresas solo se ocupan de rentabilidad económica pero ahora más que todo se debe tomar mucha importancia de imponer como modo de valor tener la una responsabilidad ecológica.

Por otro lado en lo empresarial existe la definición de responsabilidad ambiental, el en cual forma parte de un compromiso que tienen las compañías sobre la valoración del medio ambiente. El tema medioambiental se basa en los cambios, las demandas y comportamientos en cuanto en modo de compra de los consumidores. Uno de los temas más importante ha surgido de estos tipo de comportamientos es la conciencia ambiental que se va obteniendo y por lo tanto se denominan “Consumidores Ecológicos”, en el cual son personas con

un estilo de vida verde preocupadas por el medio ambiente. Así mismo, gran parte de este estilo de vida, también debe ser optado, eso no quiere decir del todo, como sabemos existen varios tipos de estilos de vida en las personas, pero gran parte de llegar hacer un consumidor ecológico debe ser adquirido en nosotros mismos, ya que es un gran cambio que podamos tener referente a nuestro medio donde coexistimos y así poder ir formando una responsabilidad ecológica en nosotros mismos.

Cuando hablamos del cuidado del medio ambiente, es sobre todo saber valorar y proteger los recursos que nos rodea, es importante pensar y saber que el mundo está sufriendo cambios , provocados por nosotros mismos , ya que no tomamos la debida conciencia sobre el cuidado ambiental ni del medio donde coexistimos pues lo que debemos hacer es vivir, no destruir. Según Hernández (2000), nos dice que hoy en día, se debe reconstruir los principales ámbitos de los cuales es posible proyectar ideas, organizar y proponer acciones entorno al cuidado y restauración del medio ambiental (pg.72), así mismo debemos valorizar a nuestro ambiente porque es muy importante para nosotros ya que dependemos de él para coexistir. Si nosotros deterioramos nuestro ambiente no solo estaremos perjudicándonos sino también a nuestras futuras generaciones.

Según Taller Ecologista (2007), nos dice que tenemos las principales Reglas en el Reciclaje son: “REDUCIR” es donde debemos reducir la porción de residuos que no utilizamos. Es necesario modificar nuestros propios hábitos de consumo. Evitando así consumir productos muy perjudicioso para nuestro entorno como (por ej. cartón con plástico y aluminio), reduciendo así todo tipos de papeles tóxicos como Por (envases, embalajes, objetos de construcción). Seguidamente “REUTILIZAR” significa volver a usar un producto. Muchos de ellos pueden ser reutilizados con fines de darle una mejor utilidad de forma creativa, esto formaría parte de nuestros estilos de vida y a la vez una buena manera de ir reciclando de modo interactivo. “RECICLAR” es recoger un residuo que creemos ya no utilizable y poder convertirlo para algo productivo. Reciclar es poder transformar productos que nosotros creemos no reusables pata nuestro consumo habitual. El reciclado nos permite como personas tener

un mejor desarrollo sobre como tener un mejor conocimiento de reciclar en cuanto al modo de poder llevar una buena cultura verde (p.15-16).

El segundo aspecto investigado es Consumo Responsable, sabemos que la actualidad cada persona consume alrededor de 170 kilogramos de papel, lo que da como resultado un consumo total a los 6 millones de toneladas, es por eso que debemos implementar un modo de estilo de poder tener un buen consumo responsable. También es necesario saber qué tipos de papeles podemos estar utilizando para nuestra utilidad cotidiana, pues gran parte de ellos, son creados con contaminantes altamente tóxicos para nosotros, en las cuales podrían ser perjudiciales en nuestra salud, es por ello , que deberíamos implementar el “Reciclaje”, modificando poco a poco nuestros hábitos e ir fomentando el reciclaje para así comenzar a disminuir una gran parte de energías gastadas mayormente las térmicas que son utilizadas por las industrias que elaboran papales y sobre todo reducir la presión y deforestación de los bosques del Planeta.

Según la Comisión de las comunidades europeas (2002), las empresas ahora más exigen un buen consumo ya que eso provee al mejoramiento y desarrollo de estas (p.24).

La reducción debe de ser a modo de implemento de valoración en cuanto al reciclado (madera, agua y energía). Además que favorece las reducciones de energías y así la disminución de estas materias primas. La RSE despliega éste término en tres subtemas importantes los cuales forman parte del mismo, Medio ambiente, Huella Ecológica e Impacto ambiental.

Es decir, también complementa parte de la naturaleza y del espacio de donde esta se desarrolla, si hablamos en conjunto a la Educación ambiental es más que todo un proceso en el cual influye de manera que este sea de modo de aprendizaje ya que lo que se quiere es que las personas tengan un desarrollo sobre una educación que en futuras generaciones estas les permita más valorar a nuestro medio donde podamos coexistir. La Conciencia Ambiental es el manejo de como nosotros como personas debemos tener una integridad en

cuando al cuidado de nuestro medio ambiente, dado que se realiza para dar paso así a que toda persona desarrolle un buen estado de calidad de vida que este es muy importante para el desarrollo sostenible deseado como personas y en cuanto al desarrollo de donde habitamos.

Uno de los objetivos es poder conservar nuestro medio ambiente ya que así este sea favorecido y en cuanto a nosotros ir desarrollando beneficios para nosotros mismos. Cuando hablamos de Calidad, estamos haciendo referencia al modo de vivir de las personas en cuanto al mejoramiento de esta. Si nosotros somos un conjunto de valoración de nuestro ambiente podemos desarrollar una calidad ambiental o gestión del medio ambiente.

La huella ecológica es el modo de unión conforme a las sociedades humanas conforme a las funciones de nuestro planeta beneficiar un nivel de consumo. Permite así establecer el área real productiva para dar paso a una determinada comunidad humana. Además vemos que la huella ecológica permite hacer un determinado seguimiento en cuanto al modo de cálculo que tenemos del impacto que ocurre en nuestras sociedades. Entre los factores tenemos pérdidas de tierras fértiles, la tala de los bosques y el deterioro de nuestros recursos. Los Cambios de hábitos según Facua (2009), dice que los consumidores totalmente responsables se deben de ir desarrollando cambios de hábitos (p.16-17-19), donde tenemos como principales cambios tener en debido conocimiento en cuanto al utilización de ahorro en las energías que podamos utilizar. En la sostenibilidad existen importantes limitaciones en relaciones con la información de sostenimiento. Hay que destacar entre sus principales potencialidades como la agregación y simplificación, vemos que esta resulta el incremento de energías pero si esta es tomada de una forma adecuada formamos parte de una buena sostenibilidad.

El Impacto ambiental son efectos económicos. Es sobre algo que nosotros llamamos a los problemas que existe en nuestro medio ambiente ya que estos se desarrollan en base a la destrucción que nosotros mismo como personas estamos haciendo a nuestro planeta. Los efectos culturales son más que todo negativos, ya que tenemos la destrucción de ayuntamientos arqueológicos

valorados. Así como la expansión de la agricultura industrial, como también tener efectos sobre nuestra propia salud. Las causas según Gómez (2013), son desencadenantes del impacto ambiental, ya que estas suelen ser muy diminutivas a falta de mala localización de infraestructura (p.135), están derivadas por la Contaminación del agua, la Contaminación y la Contaminación atmosférica.

Gómez (2013) también nos habla que los efectos tenemos “Efectos económicos” suelen ser de formas positivas ya que conllevan, seguidamente de los “Efectos socioculturales”. Los efectos culturales en su mayoría son negativos, así como la destrucción de ayuntamientos arqueológicos. Por el contrario, un efecto positivo sería el hallazgo de restos arqueológicos que se dan en las mismas obras. Por último tenemos los efectos en la salud en las cuales nos afecta ya sea en nuestras actitudes laborales como también en nuestro estilo de vida que llevemos (p.140).

1.4 Formulación del problema:

1.4.1 Pregunta General

- ¿Cuál es la relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable del papel en niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas- Lima-Norte-2017?

1.4.1 Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre la Creación de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017?
- ¿Cuál es la relación entre la Creación de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017?

- ¿Cuál es la relación entre la Creación de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017?
- ¿Cuál es la relación entre los Elementos de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017?
- ¿Cuál es la relación entre los Elementos de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017?
- ¿Cuál es la relación entre los Elementos de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017?
- ¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017?
- ¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad Ecológica y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017?
- ¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017?

1.5 Justificación de estudio:

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad medir la relación que existe en las campañas de reciclaje de papel y en el consumo responsable en los niños de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas -Lima-Norte- 2016, con respecto a cómo este tema sobre campañas gráficas se relacionan al uso del reciclaje para que así estas pueden tener una mejor forma de concientización hacia los niños y tengan el conocimiento de cómo saber reutilizarlo, creando así un consumo responsable que no solo nos beneficie a nosotros; si no también estaríamos contribuyendo al mejoramiento de nuestro medio ambiente.

De tal manera que, la investigación se justifica mediante sustentaciones de estudios que estos tipos de campañas gráficas de reciclaje de papel, no solo estaríamos implementando conocimientos de un buen consumo responsable, sino también la disminución de tala, que es en muchos casos utilizados para elaborar esos tipos de papales, en los cuales cabe mencionar también el uso de incrementos de energías, y sobre todo la falta de concientización que tenemos al momento de poder estar generando un problema , que con el transcurso de los años puede que afecte aún más a nuestros recursos naturales que tenemos.

Por eso, es preciso indagar la importancia que presentan estas campañas gráficas de reciclaje de papel, siendo así una manera de fomentación de ver de un lado creativo y a la vez contribuyente a nuestro medio ambiente, haciendo parte de una humanidad responsable, como también en el utilizamiento del reciclaje en el cual sea parte natural de nuestro propio estado de valoración hacia nuestro medio en donde coexistimos.

Por lo tanto, se busca medir cual es la relación que generan este tipo de campañas gráficas de reciclaje de papel y el consumo responsable en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas- Lima-Norte , una vez dada la medición se dará las respectivas conclusiones y recomendaciones para que así en los colegios se pueda

desarrollar este tipo de campañas hacia los niños para que así tengan un mayor conocimiento, una buena concientización y un consumo responsable, generando así el aprendizaje de una responsabilidad ecológica e ir desarrollando una cultura verde.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo General:

Determinar la relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

1.6.2 Objetivos Específicos:

- Determinar la relación entre la Creación de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- Determinar la relación entre la Creación de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- Determinar la relación entre la Creación de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- Determinar la relación entre los Elementos de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- Determinar la relación entre los Elementos de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

- Determinar la relación entre los Elementos de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- Determinar la relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Medio Ambiente en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- Determinar la relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Medio Ambiente en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- Determinar la relación entre la Responsabilidad Ecológica y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- Determinar la relación entre la Responsabilidad Ecológica y el impacto ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

1.7 Hipótesis

1.7.1 Hipótesis General:

Hi: Existe una relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Ho: No existe una relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

1.7.2 Hipótesis Específicas:

Hi: Existe una relación entre la Creación de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Ho: No existe una relación entre la Creación de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Hi: Existe una relación entre la Creación de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Ho: No existe una relación entre los Elementos de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Hi: Existe una relación entre la Creación de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Ho: No existe una relación entre Creación de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado en Comas-Lima-Norte-2017.

Hi: Existe una relación entre los Elementos de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 74° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Ho: No Existe una relación entre los Elementos de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 74° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Hi: Existe una relación entre los Elementos de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Ho: No Existe una relación entre los Elementos de Campaña y Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Hi: Existe una relación entre los Elementos de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado en Comas-Lima-Norte-2017.

Ho: No Existe una relación entre los Elementos de Campaña y el Impacto ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Hi: Existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Ho: No existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Hi: Existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Ho: No existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Hi: Existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Ho: No existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

II. MÉTODO

2.1 Diseño, tipo y nivel de investigación:

La presente investigación es cuantitativa, tiene como diseño el no experimental de tipo aplicativo por observar fenómenos y es transaccional usando un análisis descriptivo.

También se segmenta como diseño transversal por recolectarse datos en un solo tiempo, siendo aplicados por la encuesta.

Esta investigación es de nivel correlacional porque se procura medir el grado de relación que existe entre las dos variables a investigar para obtener un propósito las cuales son: “Campaña gráfica de reciclaje de papel” y “Consumo Responsable”.

Tabla 1. Diseño, tipo y nivel de investigación

Diseño	No experimental
Tipo	Aplicativo
Nivel	Correlacional

Fuente: Elaboración propia

2.2 Variables y Operacionalización:

Tabla 2. Clasificación de variables

			Clasificación
			Según su naturaleza
Variables	X	Campaña Gráfica	Cualitativa -Nominal
	Y	Consumo Responsable	Cualitativa- Nominal

Fuente: Elaboración propia

- Operacionalización de variable

Variable X:

Campaña Gráfica

Una campaña gráfica es sobre todo para el cumplimiento de objetivos que se determina, cumpliendo sobre todo la de una planificación adecuada y elabora, con el utilizamieto de piezas gráficas en las cuales ayudan al facilitamiento e implementación para la realización de esta. (Vilajoana, 2014, p.40).

Está conformada por las siguientes dimensiones:

- Creación de la campaña
- Elementos de la campaña
- Responsabilidad ecológica

Variable Y:

Consumo Responsable

Adopción de un enfoque para obtener nuevas modalidades de tal forma que se genere una transformación satisfactoria para así generar nuevas necesidades y formas de entendimientos que sean cumplidos de manera voluntaria y sobre todo de estar fortaleciendo actitudes que yacen perdidas. (Ebert, 2009, p.11).

Está conformada por las siguientes dimensiones:

- Medio ambiente
- Huella ecológica
- Impacto ambiental

Se realizó una tabla donde se encuentran las dimensiones e indicadores de las variables de estudio.

Tabla 3. Operacionalización de variables.

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN
Son campañas que tienen tendencias reales que poco a poco pueden ir ayudarnos a cambiar, fomentando así en cada acción, la responsabilidad, concientización, sensibilización, cuidado y consumo responsable en un cambio gradual, buscando así consolidar verdaderamente una cultura verde. (Taller ecologista, 2007, p.23).	Se refiere a que son distintas maneras de organización de campañas con el fin de poder cumplir sus objetivos y tener un mejor alcance o cambios a las personas dirigidas, que hoy en día nos rodean. (Taller ecologista, 2007, p.23)	CAMPANA GRAFICA (Taller ecologista, 2007)	CREACION DE LA CAMPANA (Gúzman, 2003)	Propuesta de comunicación	1.- Me ayudo "Papelin" aprender sobre el reciclaje de papel.	(1)Muy de acuerdo (2)De acuerdo (3)Ni de acuerdo Ni en desacuerdo (4)En desacuerdo (5)Muy en desacuerdo
				Expresión Creativa	2.- Fue fácil aprender con los dibujos como se recicla el papel.	
			ELEMENTOS DE LA CAMPANA (Gúzman, 2003)	Determinación de objetivos	3.- Pondría en práctica el reciclado de papel.	
				Adopción del mensaje	4.- Se me hizo fácil el mensaje del reciclado de papel.	
			RESPONSABILIDAD ECOLOGICA (Gúzman, 2003)	Cuidado del medio ambiente	5. Sé cómo afecta la basura en la salud.	
				La regla de las tres "R"	6.- Reciclare cada vez que no utilice algún papel en mis clases.	
		CONSUMO RESPONSABLE (Facua, 2009).	MEDIO AMBIENTE (COM (2002)	Educación ambiental	7.- Se me hizo fácil aprender los tipos de papel que hay.	
				Conciencia ambiental	8.- Entendí bien sobre cómo cuidar a nuestro medio ambiente.	
				Cambio de hábito	9.- No seguiré votando más papel que no utilice en mis tareas.	
				Sostenibilidad	10.- Consumiré el papel ecológico para mis tareas.	
				Causas	11.- El mal uso del papel afecta a nuestro medio ambiente.	
				Efectos	12.- Me quedo claro las consecuencias que tiene el impacto ambiental.	

Fuente: Elaboración propia

2.3 Población, muestra y muestreo:

2.3.1 Población

El objeto de estudio lo conforma una población de 1000 alumnos en dos colegios cuyos nombres son Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa, en Comas-Lima, Norte, 2017.

2.3.2 Muestra

El tamaño de la muestra está conformado por 278 niños de 4° a 6° grado de primaria de los dos colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa, en Comas-Lima-Norte-2017.

Para obtener el cálculo de la muestra se empleó la siguiente fórmula para una población infinita:

Dónde:

N: Tamaño de la población = 1000

Z: Nivel de confianza (95%) = 1.96

E: Margen de error (5%) = 0.05

σ: Desviación estándar de la población = 0.5

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \sigma^2}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)^2 50}{(0.05)^2 (50 - 1) + (1.96)^2 (0.5)^2}$$
$$n = 278$$

2.3.3 Muestreo

La técnica de muestreo que se ejecutó para esta investigación es el muestreo probabilístico aleatorio simple. Donde se seleccionó un cierto número hasta alcanzar la muestra requerida en los alumnos de de 4° a 6° de primaria de los dos colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y

Confiabilidad:

2.4.1. Técnica

La técnica en esta investigación es la encuesta, la cual consta de 12 preguntas sobre campaña gráfica de reciclaje y el consumo responsable en los estudiantes.

2.4.2. Instrumento

El instrumento utilizado será un cuestionario que consta de 12 preguntas sobre campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los estudiantes basado en la escala de Likert con el objetivo de medir la relación ambas variables en la presente investigación.

(5) Muy de acuerdo

(4) De acuerdo

(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(1) Muy en desacuerdo

Como vemos se consideró 5 alternativas con el fin de que los niños de primaria tuvieran más opciones para contestar, así mismo habría más variedades de respuestas, ya que las preguntas fueron puestas de forma afirmativa.

2.4.3. Validez y Confiabilidad

Se obtuvo la validez del instrumento por juicio de expertos. (Observar anexo n°4). Evaluaron el instrumento de investigación en la cual estuvo conformada por 12 ítems y con 5 alternativas en forma de escala. Así mismo, la encuesta fue validada y aprobada por tres expertos en el campo del diseño gráfico.

Tabla 4. Cuadro de validación del Instrumento de recolección de datos

VALIDACION DEL INSTRUMENTO							
ITEMS	CRITERIOS	EXPERTO 1		EXPERTO 2		EXPERTO 3	
		SI	NO	SI	NO	SI	NO
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		x	x	x	
2	¿En el instrumento de recolección de datos, se mencionan las variables de investigación?	x		x	x	x	
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitara el logro de los objetivos de la investigación?	x		x	x	x	
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		x	x	x	
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		x	x	x	
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		x	x	x	
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		x	x	x	
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		x	x	x	
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		x		x		x
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		x	x	x	
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esa manera obtener los datos requeridos?	x		x	x	x	
	TOTAL	10	1	10	1	10	1

Fuente: Elaboración propia

Así mismo, se empleó la siguiente prueba binomial:

Tabla 5. Cuadro de prueba binomial

		Categoría	N	Proporción Observada	Prop. De prueba	Sig. Exacta (bilateral)
Experto 1	Grupo 1	Si	11	1,00	,50	,001
	Total		11	1,00		
Experto 2	Grupo 2	Si	11	1,00	,50	,001
	Total		11	1,00		
Experto 3	Grupo 3	Si	11	1,00	,50	,001
	Total		11	1,00		

Fuente: Elaboración propia

P promedio = 0,01

P promedio < 0,05

El grado de concordancia entre los jueces según la Prueba Binomial es menor a 0,05.

Se aplicó la prueba de item- test mediante el análisis del Alfa de Crombach mediante el programa estadístico SPSS, obteniendo una confiabilidad de 0,760.

Tabla 6. Cuadro estadístico de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,760	12

Fuente: Elaboración propia

Según Hernández et al. (2010, p. 302) dice que:

Si resulta 0,25 = baja confiabilidad

Si resulta 0,50 = confiabilidad media o regular

Si resulta y pasa los 0,75 = es aceptable

Si el resultado es mayor a 0,90 = es elevada

Como el análisis del alfa de Cronbach género como resultado 0,760, esto quiere decir que está por encima del nivel, por lo tanto los resultados afirman que es aceptable.

2.5. Métodos de Análisis de Datos

La investigación es de técnica cuantitativa, de tal manera que el procedimiento aplicado a ser el estadístico descriptivo, ya que el instrumento utilizado fue un cuestionario, que conste de 12 preguntas con 5 alternativas cerradas derivadas por la escala de Linkert. El instrumento transcurrió hacer analizado y cortejado por tres expertos y subsiguiente a esto se llevó a efectuar los cuestionarios, en el cual se expuso la campaña gráfica de reciclaje de papel a doscientos setenta y ocho alumnos de primaria, del de distrito de Comas y se les entregó el instrumento, para así diagnosticar la confiabilidad y validez del instrumento.

Con lo detallado se procuró recopilar y ejecutar la información codificada, la cual posteriormente fue analizada por el software estadístico SPSS 220, para obtener los datos de las variables requeridas. Los resultados fueron expuestos en tablas y gráficos. (Ver anexo n°6).

2.6.1 Análisis descriptivo:

Tabla 7. Frecuencia de la variable X. Campaña gráfica

Campaña Gráfica (Agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	5	1,8	1,8	1,8
	En desacuerdo	4	1,4	1,4	3,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	37	13,3	13,3	16,5
	De acuerdo	31	11,2	11,2	27,7
	Muy de acuerdo	201	72,3	72,3	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

De los 278 alumnos encuestados, 201 (72%) están muy de acuerdo y 31 (11%) de acuerdo con la campaña gráfica sobre el reciclaje de papel. Mientras que solo un 2% dice lo contrario.

Tabla 8. Frecuencia de la variable Y. Consumo Responsable

Consumo Responsable					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	,4	,4	,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2,2	2,2	2,5
	De acuerdo	37	13,3	13,3	15,8
	Muy de acuerdo	234	84,2	84,2	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

De los 278 alumnos encuestados, 234 (84%) están muy de acuerdo y 37 (13%) de acuerdo, de que la campaña gráfica de reciclaje de papel les generó un buen consumo responsable.

Tabla 9. Frecuencia de la pregunta n° 1

Me ayudo "Papelin" aprender sobre el reciclaje de papel.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	1,8	1,8	1,8
	De acuerdo	20	7,2	7,2	9,0
	Muy de acuerdo	253	91,0	91,0	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

Gráfico 1. Frecuencia de la pregunta n° 1



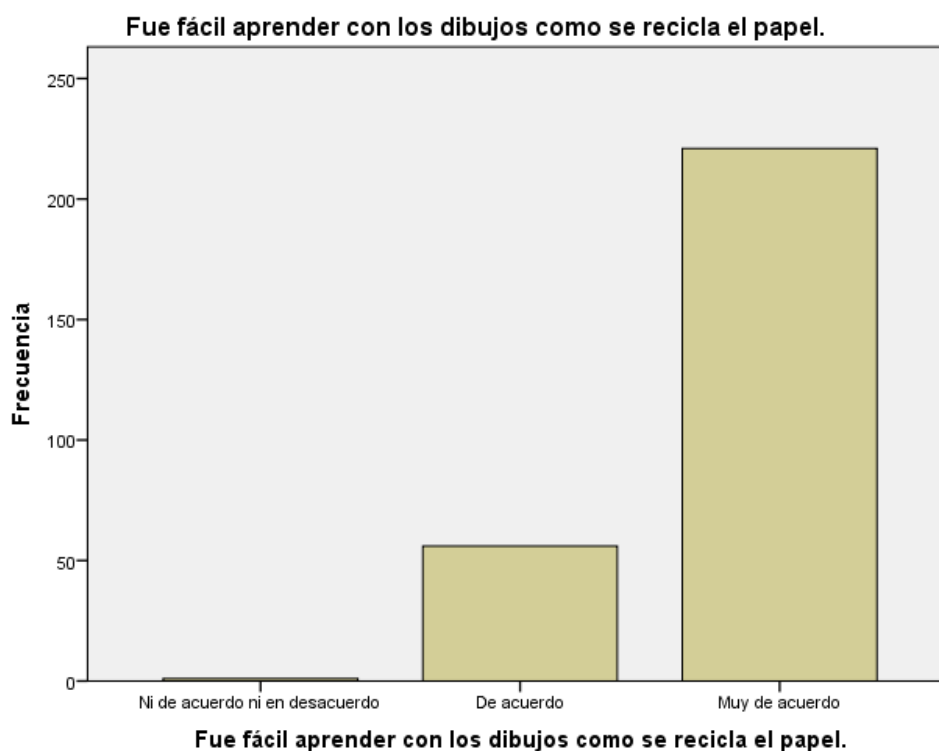
Aquí se puede ver, que de los 278 alumnos encuestados, un 91% estaban muy de acuerdo y un 7% completamente de acuerdo con Papelín para el aprendizaje, pareciéndoles muy creativo.

Tabla 10. Frecuencia de la pregunta n° 2

Fue fácil aprender con los dibujos como se recicla el papel.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	,4	,4	,4
	De acuerdo	56	20,1	20,1	20,5
	Muy de acuerdo	221	79,5	79,5	100,0
Total		278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

Gráfico 2. Frecuencia de la pregunta n° 2



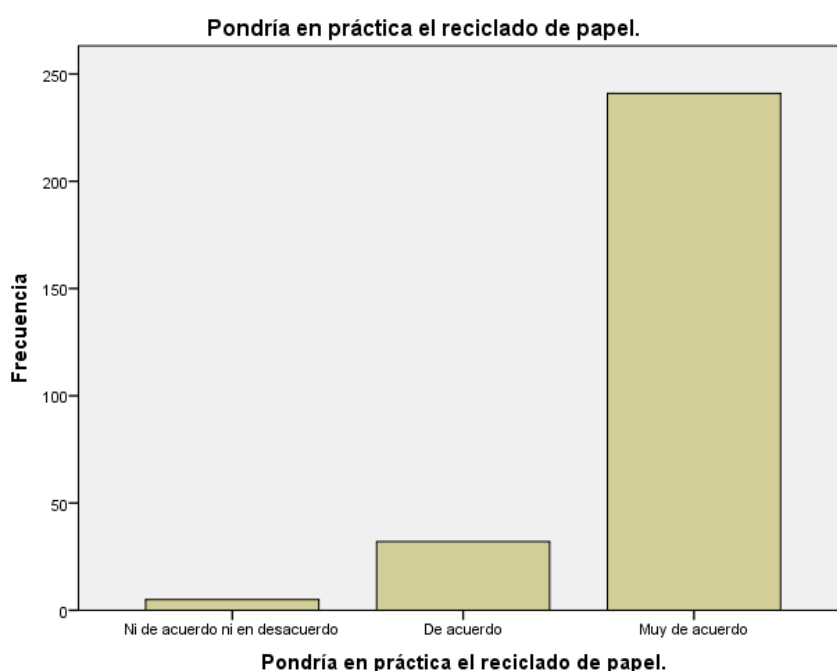
Aquí se puede ver que, de los 278 alumnos encuestados, un 79%, estaban muy de acuerdo y un 20% de acuerdo con que fácil aprender con los dibujos en los afiches mostrados sobre reciclaje de papel.

Tabla 11. Frecuencia de la pregunta n° 3

Pondría en práctica el reciclado de papel.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	1,8	1,8	1,8
	De acuerdo	32	11,5	11,5	13,3
	Muy de acuerdo	241	86,7	86,7	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

Gráfico 3. Frecuencia de la pregunta n° 3



Aquí se puede ver que, de los 278 alumnos encuestados, un 87% estaban muy de acuerdo y un 12% de acuerdo que pondrían en práctica el reciclado de papel. Mientras que un 2% les pareció lo contrario (8% en desacuerdo, 3% muy en desacuerdo).

Tabla 12. Frecuencia de la pregunta n° 4

Se me hizo fácil el mensaje del reciclado de papel.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2,2	2,2	2,2
	De acuerdo	30	10,8	10,8	12,9
	Muy de acuerdo	242	87,1	87,1	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

Gráfico 4. Frecuencia de la pregunta n° 4



Aquí se puede ver que, de los 278 estudiantes encuestados, el 87% se mostró muy de acuerdo y un 11% de acuerdo en que se hizo fácil el mensaje de la realización de la campaña. Sin embargo, hay un 2% que no les facilitó el mensaje.

Tabla 13. Frecuencia de la pregunta n° 5

Sé cómo afecta la basura en la salud.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	1,1	1,1	1,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	2,5	2,5	3,6
	De acuerdo	30	10,8	10,8	14,4
	Muy de acuerdo	238	85,6	85,6	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

Gráfico 5. Frecuencia de la pregunta n° 5



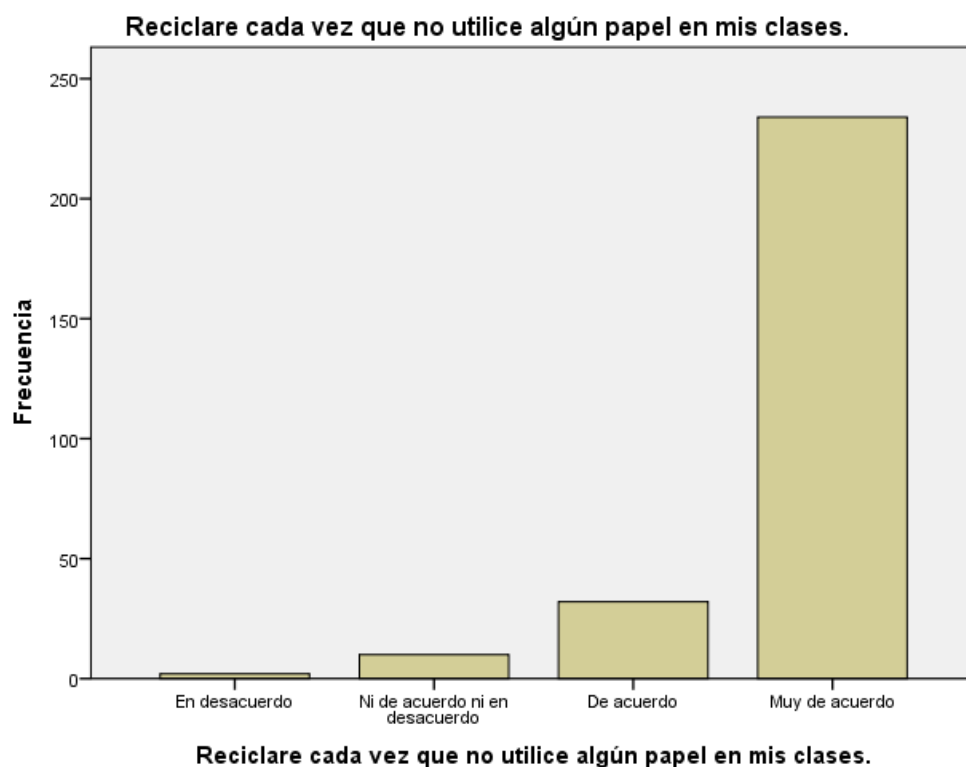
Aquí se puede ver que, de los 278 estudiantes encuestados, el 86% estaban muy de acuerdo y un 11% de acuerdo en que saben cómo afecta la basura en la salud. Sin embargo, hay un 1% que no saben.

Tabla 14. Frecuencia de la pregunta n° 6

Reciclar cada vez que no utilice algún papel en mis clases.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	,7	,7	,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	3,6	3,6	4,3
	De acuerdo	32	11,5	11,5	15,8
	Muy de acuerdo	234	84,2	84,2	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

Gráfico 6. Frecuencia de la pregunta n° 6



Aquí se puede ver que, de los 278 alumnos encuestados, el 84% estaban muy de acuerdo y un 12% de acuerdo en que van a reciclar papel cada vez que no lo utilicen. Sin embargo, se identificó que un 4% no saben si reciclaran o no.

Tabla 15. Frecuencia de la pregunta n° 7

Se me hizo fácil aprender los tipos de papel que hay.				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy en desacuerdo	1	,4	,4	,4
En desacuerdo	1	,4	,4	,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2,2	2,2	2,9
De acuerdo	29	10,4	10,4	13,3
Muy de acuerdo	241	86,7	86,7	100,0
Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

Gráfico 7. Frecuencia de la pregunta n° 7



Aquí se puede ver que, de los 278 alumnos encuestados, el 87% estaban muy de acuerdo y un 11% de acuerdo, en que les hizo fácil aprender que tipos de papel hay. Sin embargo, se identificó que un 2% no saben si o no.

Tabla 16. Frecuencia de la pregunta n° 8

Entendí bien sobre cómo cuidar a nuestro medio ambiente.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	,4	,4	,4
	De acuerdo	39	14,0	14,0	14,4
	Muy de acuerdo	238	85,6	85,6	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

Gráfico 8. Frecuencia de la pregunta n° 8



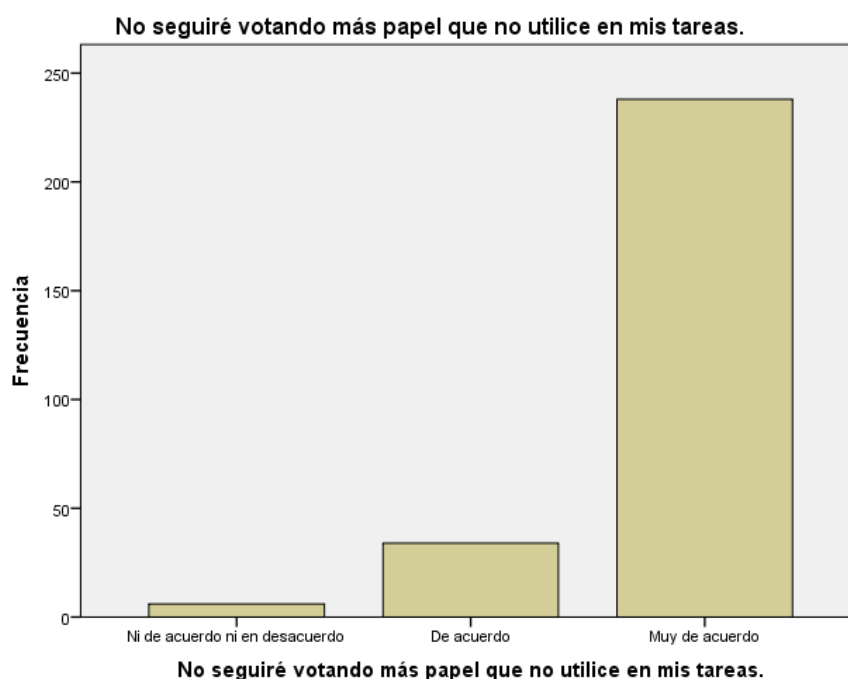
Aquí se puede ver que, de los 278 alumnos encuestados, el 87% estaban muy de acuerdo y un 10% de acuerdo en que si se les hizo fácil aprender los tipos de papel. Sin embargo, se identificó que un 2% que no.

Tabla 17. Frecuencia de la pregunta n° 9

No seguiré votando más papel que no utilice en mis tareas.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2,2	2,2	2,2
	De acuerdo	34	12,2	12,2	14,4
	Muy de acuerdo	238	85,6	85,6	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

Gráfico 9. Frecuencia de la pregunta n° 9



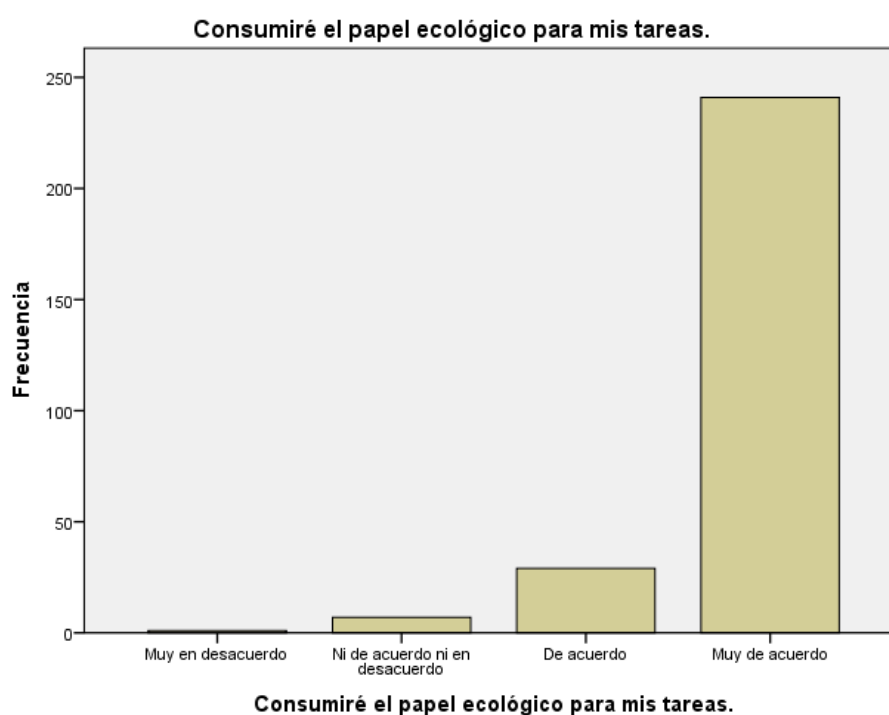
Aquí se puede ver que, de los 278 alumnos encuestados, el 86%, estaban muy de acuerdo y un 12% de acuerdo en que no seguirán votando más papel. Sin embargo 2% no saben si votaran o no.

Tabla 18. Frecuencia de la pregunta n° 10

Consumiré el papel ecológico para mis tareas.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	,4	,4	,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	2,5	2,5	2,9
	De acuerdo	29	10,4	10,4	13,3
	Muy de acuerdo	241	86,7	86,7	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

Gráfico 10. Frecuencia de la pregunta n° 1



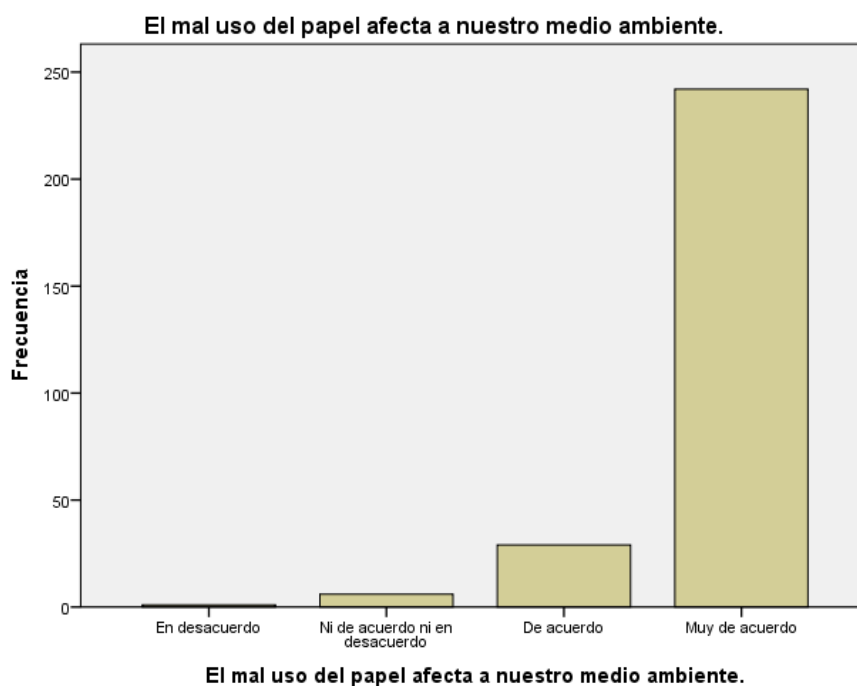
Aquí se puede ver que, de los 278 alumnos encuestados, el 87% estaban muy de acuerdo y un 10% en de acuerdo en que consumirán el papel ecológico para sus tareas. Sin embargo un 3% en que saben si consumirán o no.

Tabla 19. Frecuencia de la pregunta n° 11

El mal uso del papel afecta a nuestro medio ambiente.		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	,4	,4	,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2,2	2,2	2,5
	De acuerdo	29	10,4	10,4	12,9
	Muy de acuerdo	242	87,1	87,1	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

Gráfico 11. Frecuencia de la pregunta n° 11



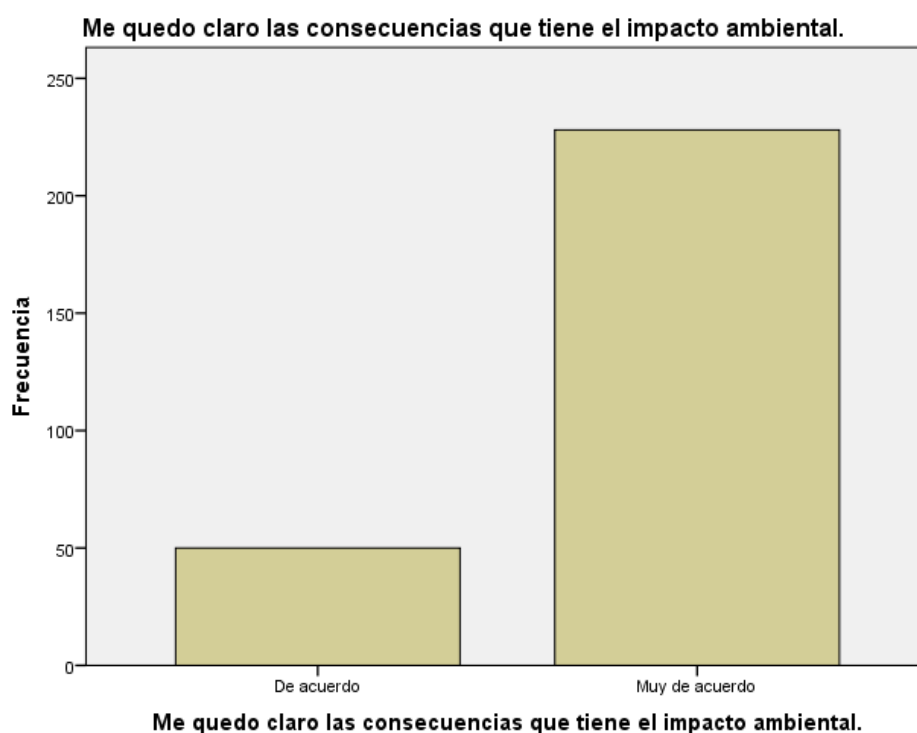
Aquí se puede ver que, de los 278 alumnos encuestados, el 87% estaban muy de acuerdo y un 10% de acuerdo en saber que el mas uso del papel contamina el medio ambiente. Sin embargo un 2% en que no saben si el mal uso afecta o no al medio ambiente.

Tabla 20. Frecuencia de la pregunta n° 12

Me quedo claro las consecuencias que tiene el impacto ambiental.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	50	18,0	18,0	18,0
	Muy de acuerdo	228	82,0	82,0	100,0
	Total	278	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

Gráfico 12. Frecuencia de la pregunta n° 12



Aquí se puede ver que, de los 278 alumnos encuestados, el 82% estaban muy de acuerdo y un 18% en de acuerdo que les quedo claro las consecuencias que tiene el impacto ambiental.

2.5.2 Análisis Inferencial

Para realizar la contratación de hipótesis general se aplicó la prueba de normalidad de las dos variables Campaña gráfica y consumo responsable.

2.5.2.1. Contratación de hipótesis General:

Para realizar la contratación de la hipótesis de investigación se empleó la prueba de normalidad, ello nos permite poder conocer que análisis paramétrico se empleará (paramétricas o no paramétricas).

- Existe una relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- No existe una relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Tabla 21. Prueba de normalidad de las variables: Campaña Gráfica y Consumo Responsable.

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Campaña Gráfica	,323	278	,000	,712	278	,000
Consumo Responsable	,341	278	,000	,634	278	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad, aplicada por el Coeficiente de Pearson, se observó que muestran una significancia menor a 0.05 (0,000 y 0,000), por lo tanto se obtiene como resultados que la prueba es No Paramétricas.

Tabla 22. Cuadro de correlación: Campaña Gráfica y Consumo Responsable.

Correlaciones			
		Campaña Gráfica	Consumo Responsable
Campaña Gráfica	Correlación de Pearson	1	,411**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	278	278
Consumo Responsable	Correlación de Pearson	,411**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	278	278
La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad aplicada por el coeficiente de Pearson, se observó que hay una correlación de 0.411 con una significancia de 0,000. En consecuencia, se afirma que hay una correlación positiva media

Así mismo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación de que, Existe una relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

2.5.2.1 Contrastación de hipótesis Específicas:

❖ Respecto a Creación de campaña y medio ambiente

- Existe una relación entre la Creación de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- No existe una relación entre la Creación de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Tabla 23. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Creación de campaña y Medio ambiente.

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Creación de la campaña	,444	278	,000	,565	278	,000
Medio Ambiente	,453	278	,000	,527	278	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad, aplicada por el Coeficiente de Pearson, se observó que muestran una significancia menor a 0.05 (0,000 y 0,000), por lo tanto se obtiene como resultados que la prueba es No Paramétricas.

Tabla 24. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Creación de campaña y Medio ambiente.

Correlaciones			
		Creación de la campaña	Medio Ambiente
Creación de la campaña	Correlación de Pearson	1	,241**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	278	278
Medio Ambiente	Correlación de Pearson	,241**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	278	278
La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad aplicada por el coeficiente de Pearson, se observó que hay una correlación de 0.241 con una significancia de 0,000. En consecuencia, se afirma que hay una correlación positiva media.

Así mismo, podemos afirmar que hay una relación entre la Creación de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas– Lima-, Norte 2016.

❖ Respecto a Creación de campaña y huella ecológica

- Existe una relación entre la Creación de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- No existe una relación entre la Creación de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Tabla 25. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Creación de campaña y Huella ecológica.

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Creación de la campaña	,444	278	,000	,565	278	,000
Huella Ecológica	,456	278	,000	,497	278	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad, aplicada por el Coeficiente de Pearson, se observó que muestran una significancia menor a 0.05 (0,000 y 0,000), por lo tanto se obtiene como resultados que la prueba es No Paramétricas.

Tabla 26. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Creación de campaña y Huella ecológica.

Correlaciones			
		Creación de la campaña	Huella Ecológica
Creación de la campaña	Correlación de Pearson	1	,082
	Sig. (bilateral)		,175
	N	278	278
Huella Ecológica	Correlación de Pearson	,082	1
	Sig. (bilateral)	,175	
	N	278	278

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad aplicada por el coeficiente de Pearson, se observó que hay una correlación de 0,082 con una significancia de 0,175. En consecuencia, se afirma que hay una negación entre ambas dimensiones.

Así mismo, podemos decir, en que se niega que no hay una relación entre la Creación de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

❖ Respecto a Creación de campaña e impacto ambiental

- Existe una relación entre la Creación de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- No existe una relación entre la Creación de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Tabla 27. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Creación de campaña e impacto ambiental.

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Creación de la campaña	,444	278	,000	,565	278	,000
Impacto Ambiental	,456	278	,000	,547	278	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad, aplicada por el Coeficiente de Pearson, se observó que muestran una significancia menor a 0.05 (0,000 y 0,000), por lo tanto se obtiene como resultados que la prueba es No Paramétricas.

Tabla 28. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Creación de campaña e impacto ambiental.

Correlaciones			
		Creación de la campaña	Impacto Ambiental
Creación de la campaña	Correlación de Pearson	1	,045
	Sig. (bilateral)		,457
	N	278	278
Impacto Ambiental	Correlación de Pearson	,045	1
	Sig. (bilateral)	,457	
	N	278	278

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad aplicada por el coeficiente de Pearson, se observó que hay una correlación de 0,045 con una significancia de 0,457. En consecuencia, se afirma que hay una negación entre ambas dimensiones.

Así mismo, podemos decir, en que se niega que no hay relación entre la Creación de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

❖ Respecto a Elementos de campaña y medio ambiente

- Existe una relación entre los Elementos de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 74° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- No existe una relación entre los Elementos de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 74° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Tabla 29. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Elementos de campaña y medio ambiente.

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Elementos de la campaña	,457	278	,000	,533	278	,000
Medio Ambiente	,453	278	,000	,527	278	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad, aplicada por el Coeficiente de Pearson, se observó que muestran una significancia menor a 0.05 (0,000 y 0,000), por lo tanto se obtiene como resultados que la prueba es No Paramétricas.

Tabla 30. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Elementos de campaña y medio ambiente.

Correlaciones			
		Elementos de la campaña	Medio Ambiente
Elementos de la campaña	Correlación de Pearson	1	,292**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	278	278
Medio Ambiente	Correlación de Pearson	,292**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	278	278
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad aplicada por el coeficiente de Pearson, se observó que hay una correlación de 0,982 con una significancia de 0,000. En consecuencia, se afirma que hay una correlación entre ambas dimensiones.

Así mismo, podemos afirmar que hay una relación entre los Elementos de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 74° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

❖ Elementos de campaña y huella ecológica

- Existe una relación entre los Elementos de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- No existe una relación entre los Elementos de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Tabla 31. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Elementos de campaña y Huella ecológica.

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Elementos de la campaña	,457	278	,000	,533	278	,000
Huella Ecológica	,456	278	,000	,497	278	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad, aplicada por el Coeficiente de Pearson, se observó que muestran una significancia menor a 0.05 (0,000 y 0,000), por lo tanto se obtiene como resultados que la prueba es No Paramétricas.

Tabla 32. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Elementos de campaña y huella ecológica.

Correlaciones			
		Elementos de la campaña	Huella Ecológica
Elementos de la campaña	Correlación de Pearson	1	,185**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	278	278
Huella Ecológica	Correlación de Pearson	,185**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	278	278
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad aplicada por el coeficiente de Pearson, se observó que hay una correlación de 0,185 con una significancia de 0,000. En consecuencia, se afirma que hay una correlación positiva débil entre ambas dimensiones.

Así mismo, se puede afirmar que hay una relación entre los Elementos de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en comas– lima- Norte- 2016.

❖ Elementos de campaña e impacto ambiental

- Existe una relación entre los Elementos de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado en comas– lima -norte -2016.
- No existe una relación entre los Elementos de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado en comas– lima norte 2016.

Tabla 33. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Elementos de campaña e Impacto ambiental.

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Elementos de la campaña	,457	278	,000	,533	278	,000
Impacto Ambiental	,456	278	,000	,547	278	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad, aplicada por el Coeficiente de Pearson, se observó que muestran una significancia menor a 0.05 (0,000 y 0,000), por lo tanto se obtiene como resultados que la prueba es No Paramétricas.

Tabla 34. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Elementos de campaña e Impacto ambiental.

Correlaciones			
		Elementos de la campaña	Impacto Ambiental
Elementos de la campaña	Correlación de Pearson	1	,112
	Sig. (bilateral)		,063
	N	278	278
Impacto Ambiental	Correlación de Pearson	,112	1
	Sig. (bilateral)	,063	
	N	278	278

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad aplicada por el coeficiente de Pearson, se observó que hay una correlación de 0,112 con una significancia de 0,063. En consecuencia, se afirma que hay una negación entre ambas dimensiones.

Así mismo, podemos decir, en que se niega que no hay relación entre los Elementos de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado en Comas-Lima-Norte-2017.

❖ Responsabilidad ecológica y Medio ambiente

- Existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- No existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Tabla 35. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Responsabilidad ecológica y Medio ambiente.

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Responsabilidad Ecológica	,438	278	,000	,551	278	,000
Medio Ambiente	,453	278	,000	,527	278	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad, aplicada por el Coeficiente de Pearson, se observó que muestran una significancia menor a 0.05 (0,000 y 0,000), por lo tanto se obtiene como resultados que la prueba es No Paramétricas.

Tabla 36. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Responsabilidad ecológica y medio ambiente.

Correlaciones			
		Responsabilidad Ecológica	Medio Ambiente
Responsabilidad Ecológica	Correlación de Pearson	1	,336**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	278	278
Medio Ambiente	Correlación de Pearson	,336**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	278	278
**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad aplicada por el coeficiente de Pearson, se observó que hay una correlación de 0,336 con una significancia de 0,000. En consecuencia, se afirma que hay una correlación positiva débil entre ambas dimensiones.

Así mismo, podemos afirmar que hay una relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Medio Ambiente en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

❖ Responsabilidad ecológica y Huella ecológica

- Existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- No existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Tabla 37. Prueba de normalidad entre las dimensiones: Responsabilidad ecológica y Huella ecológica.

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Responsabilidad Ecológica	,438	278	,000	,551	278	,000
Huella Ecológica	,456	278	,000	,497	278	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad, aplicada por el Coeficiente de Pearson, se observó que muestran una significancia menor a 0.05 (0,000 y 0,000), por lo tanto se obtiene como resultados que la prueba es No Paramétricas.

Tabla 38. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Responsabilidad ecológica y huella ecológica.

Correlaciones			
		Responsabilidad Ecológica	Huella Ecológica
Responsabilidad Ecológica	Correlación de Pearson	1	,428**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	278	278
Huella Ecológica	Correlación de Pearson	,428**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	278	278
La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad aplicada por el coeficiente de Pearson, se observó que hay una correlación de 0,428 con una significancia de 0,000. En consecuencia, se afirma que hay una correlación positiva media entre ambas dimensiones.

Así mismo, podemos afirmar que hay una relación entre la Responsabilidad Ecológica y la Huella Ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas– lima norte 2016.

❖ Responsabilidad ecológica E impacto ambiental

- Existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.
- No existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.

Tabla 39. Prueba de normalidad entra las dimensiones: Responsabilidad ecológica E impacto ambiental.

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Responsabilidad Ecológica	,438	278	,000	,551	278	,000
Impacto Ambiental	,456	278	,000	,547	278	,000
a. Corrección de significación de Lilliefors						

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad, aplicada por el Coeficiente de Pearson, se observó que muestran una significancia menor a 0.05 (0,000 y 0,000), por lo tanto se obtiene como resultados que la prueba es No Paramétricas.

Tabla 40. Cuadro de correlación entre las dimensiones: Responsabilidad ecológica e impacto ambiental.

Correlaciones			
		Responsabilidad Ecológica	Impacto Ambiental
Responsabilidad Ecológica	Correlación de Pearson	1	,344**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	278	278
Impacto Ambiental	Correlación de Pearson	,344**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	278	278
La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			

Fuente: Elaboración propia. Encuesta realizada a 278 de Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas.

La prueba de normalidad aplicada por el coeficiente de Pearson, se observó que hay una correlación de 0,344 con una significancia de 0,000. En consecuencia, se afirma que hay una correlación positiva débil entre ambas dimensiones.

Así mismo, podemos afirmar que hay una relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Impacto Ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en comas– lima- norte -2016.

2.6. Aspectos Éticos

La iniciación de la ética fue valorada para el avance de la investigación, teniendo en cuenta un tema factible. Conforme a las consideraciones éticas se informó y solicito el permiso de los 2 directores de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa pertenecientes en al distrito de Comas. Así mismo en la citación de aplico las noma Apa y la fuentes de referencia fueron adquiridos por medios de libros, trabajos de investigación, tesis, entre otros más.

III. RESULTADOS

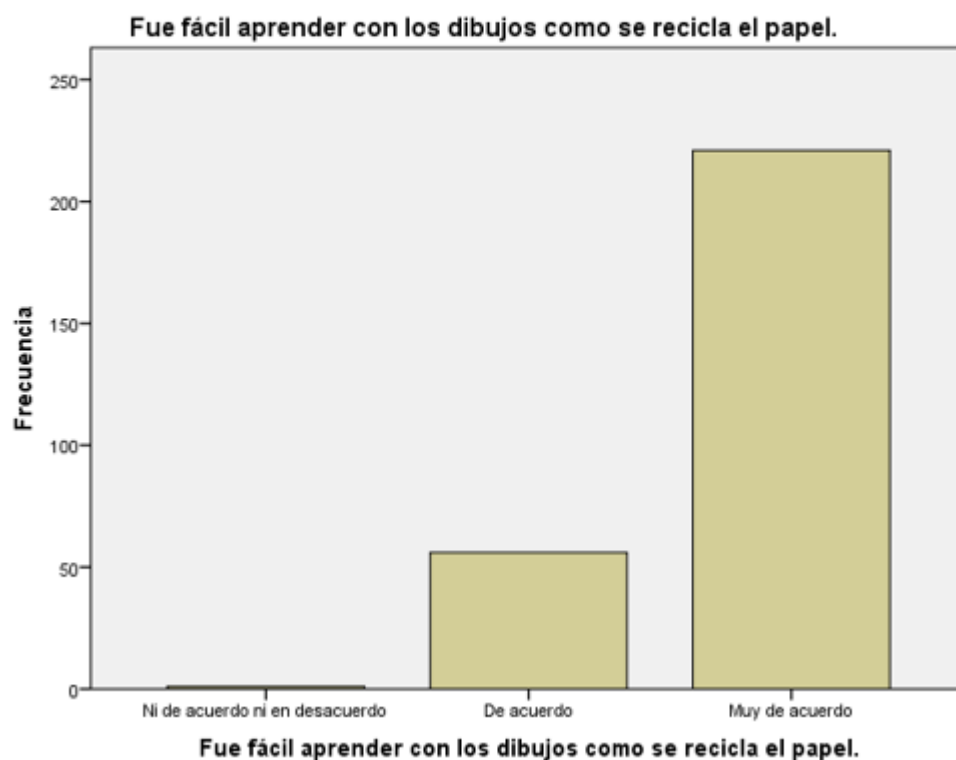
Gráfico 1. Gráficos de barras de la pregunta n° 1



Fuente: Elaboración propia

Vemos en el siguiente gráfico dio como resultados que los 278 estudiantes encuestados, un 91% estaban muy de acuerdo y un 7% estuvieron de acuerdo que con el implemento de Papelín (muñeco) utilizado para la campaña, a los alumnos se les hizo muy dinámico, divertido y a la vez una forma de interacción entre ellos, dado que permitió la atención de los estudiantes en cuanto al tema dado sobre el reciclaje de papel.

Gráfico 2. Gráficos de barras de la pregunta n° 2



Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico vemos que dio como resultados que los 278 estudiantes encuestados, un 79% estaban muy de acuerdo y un 20% estuvieron de acuerdo, puesto que para los alumnos se les hizo fácil visualizar y a la vez aprender con los dibujos, en los respectivos afiches y volantes que se les fue repartidos durante la realización de la campaña. Así mismo, quedo demostrado que los afiches y volantes funcionaron para el aprendizaje de los estudiantes para una mejor visualización en cuanto tema realizado sobre reciclaje de papel.

Gráfico 3. Gráficos de barras de la pregunta n° 3



Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico vemos que dio como resultados que los 278 estudiantes encuestados, un 87% estaban muy de acuerdo y un 12%, en que los alumnos estarían de acuerdo en que pondrían en práctica el reciclado de papel. Sin embargo un 2% les pareció lo contrario, un 8% estuvieron en desacuerdo y finalmente el 3% muy en desacuerdo. Así mismo, en visto a los resultados en cuanto a la realización de la campaña grafica de reciclaje de papel, dada la información adecuada, repartición de afiches, volantes, pines, llaveros y la entrega de libretas hechas con papel ecológico y más la participación de ellos en cuanto al compromiso de cuidar al medio ambiente y sobre todo poder ir iniciando en sus colegios el implemento de una responsabilidad ecológica en cuanto al reciclaje.

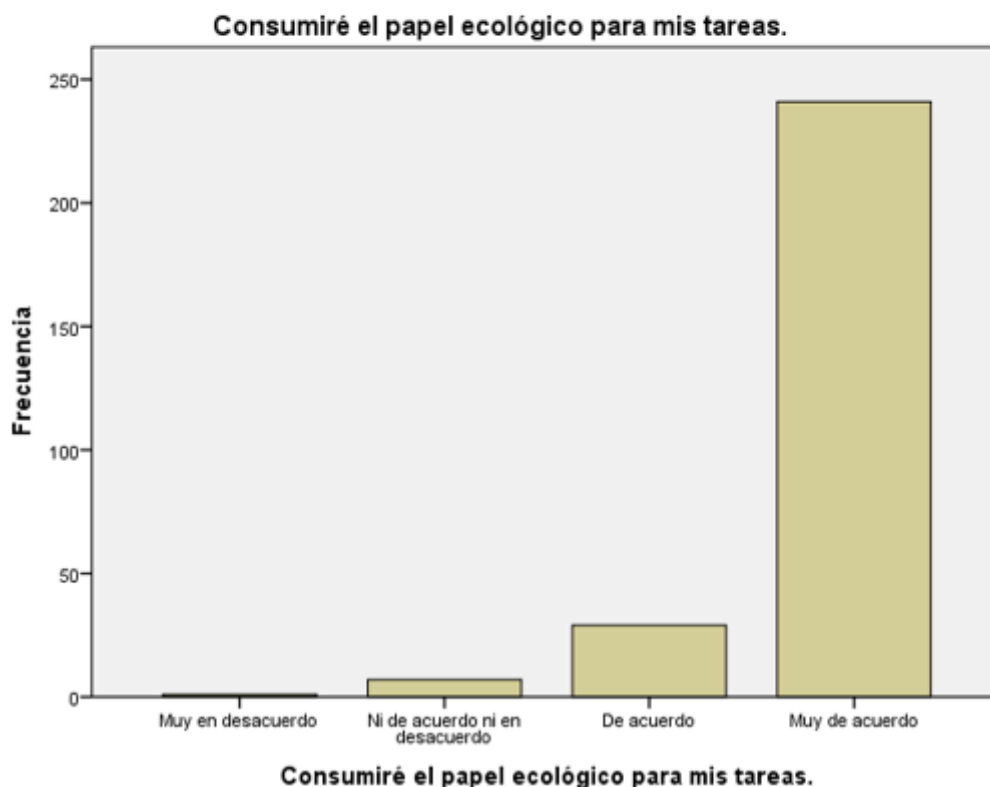
Gráfico 4. Gráficos de barras la pregunta n° 4



Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico vemos que dio como resultados que los 278 estudiantes encuestados, el 87% estaban muy de acuerdo y un 11% en de acuerdo en que se les hizo fácil el mensaje de la realización de la campaña. Sin embargo, hay un 2% que no les facilitó el mensaje. Por lo tanto en visto a los resultados confirme a la campaña de reciclaje de papel hacia los alumnos se les hizo fácil entender el mensaje que se les dio a dar a conocer, dado que el tema del reciclaje del papel se les hizo muy interesante a raíz del modo como se fue realizando la campaña.

Gráfico 5. Gráfico de barras de la pregunta n° 10



***Fuente:** Elaboración propia*

En el siguiente gráfico vemos que dio como resultados que los 278 estudiantes encuestados, el 87% estaban muy de acuerdo y un 10% estuvieron de acuerdo en que consumirán el papel ecológico para sus tareas. Sin embargo un 3% en que saben si consumirán o no. Por lo tanto, en visto a los resultados dados, los alumnos si aceptarían consumir el papel ecológico en cuanto a sus actividades escolares, tareas y proyectos estudiantiles, ya que les pareció muy novedoso y a la vez creativo a diferencia de los papeles normales.

IV. DISCUSIÓN

En la siguiente investigación se planteó como objetivo determinar la relación la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017. Con los resultados obtenidos con la prueba de correlación de Pearson se demuestra que existe una correlación positiva media de 0.411 con una significancia de 0.000, aceptando así la hipótesis de investigación afirmado que si existe relación la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los estudiantes de dichas instituciones educativas.

Así mismo, este resultado se ve reforzado con la investigación de Percy (2017), ya que en su investigación de enfoque mixto, realizó un estudio sobre el diseño en base a un tema social, en su instrumento aplico a una población infinita de 275 estudiantes entre los 16 a 30 años. En sus resultados coincidimos que para la creación de una campaña es importante el buen empleo de los elementos gráficos para la realización y creación de una campaña. Su estudio complementa mi investigación en base al desarrollo de las piezas gráficas en cuanto a los colores atractivos, tipografía adecuada, buena composición y sobre todo el mensaje a dar a nuestro público objetivo. Así mismo, se puede afirmar que una campaña gráfica es importante para comunicar y sobre todo poder persuadir a las personas sobre alguna problemática social.

Así mismo se indicó como objetivo determinar la relación entre la creación de la campaña y el medio ambiente en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017. Con los resultados obtenidos con la prueba de correlación de Pearson se demuestra que existe una correlación positiva débil de 0,241 con una significancia de 0.000. Aceptando así la hipótesis de investigación afirmando que si existe relación entre la creación de la campaña y el medio ambiente en los estudiantes de dichas instituciones educativas.

Así mismo, este resultado se ve reforzado con la investigación de Rodríguez (2015), titulada La comunicación Visual y la influencia en las campañas de comunicación gráfica para la enseñanza y aplicación del reciclaje en el hogar de los estudiantes de 4to años de educación básica de la escuela Proce león de Febres Cordero en Ecuador-2011. Su investigación fue de enfoque mixto, en la cual el autor realizó un estudio sobre cómo influye la creación de una campaña en la mejora en los estudiantes para el aprendizaje sobre el reciclaje y medio ambiente ya que aplicó en su instrumento en una población infinita de 275 estudiantes de 4º año entre los 8 años. Con el autor coincidimos que para la creación de una campaña es muy importante el tema dado hacia nuestro público objetivo ya que así lo que queremos es persuadir y entrar a las mentes, para que así el manejo de la realización de la campaña sea captada de forma de aprendizaje. Su investigación mi investigación apoyando en base a la creación de una campaña en la cual es muy importante el tono y tema a dar hacia nuestro público objetivo para así dar mayor alcance al mensaje que queremos transmitir. Por lo tanto se puede afirmar que la creación de una campaña en cuanto al tema elegido es muy importante para el modo de aprendizaje y práctica en cuanto a la persuasión en los estudiantes de un tema ambiental.

Por otro lado se indicaron como objetivos determinar la relación entre los elementos de campaña y el medio ambiente, como también la relación entre elementos de campaña y huella ecológica en los niños de 4º a 6º de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017. Con los resultados obtenidos con la prueba de correlación Pearson se demuestra que existe una correlación positiva débil de 0,292 con una significancia de 0.000. Por otro lado en la segunda relación dio como resultado se demostró que existe una correlación positiva débil de 0,185 con una significancia de 0.000. Por lo tanto, se rechazaron las hipótesis nulas y se aceptó las hipótesis de investigación que si existe relación entre los elementos de campaña y el medio ambiente como también que existe relación entre los elementos de campaña y huella ecológica en los estudiantes de dichas instituciones educativas.

Así mismo, estos resultados se ven reforzados con la investigación de Campodónico (2002), titulada Análisis sobre reciclaje de papel y cartón en la ciudad

de Chiclayo. Su investigación fue de enfoque mixto, la autora realizó una investigación en base a un tema social sobre reciclaje de papel y cartón en cuanto al funcionamiento de activación utilizando así la relación de una campaña el cual utilizó sobre todo piezas gráficas como elementos ya que aplicó en su instrumento en una población infinita de 150 estudiantes. Con la autora coincidimos que para la realización de una campaña en cuanto a un tema social que en este caso es el reciclaje de papel y cartón es muy importante los elementos en los cuales se va a utilizar en la implementación de una campaña gráfica. Su investigación complementa mi investigación apoyando en base al utilizamiento adecuado en la realización de una campaña en cuanto a los elementos de las piezas gráficas implementadas dando el adecuado mensaje para el público objetivo. Por lo tanto se puede afirmar que los elementos de una campaña son muy importantes como el utilizamiento de piezas gráficas en cuanto al aprendizaje y análisis en la realización de una campaña basado a un tema social.

Por otro lado se indicaron como objetivos determinar la relación entre la responsabilidad ecológica y el medio ambiente, como también la relación entre la responsabilidad ecológica y huella ecológica en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017. Con los resultados obtenidos con la prueba de correlación de Pearson se demuestra que existe una correlación positiva débil de 0,336 con una significancia de 0.000. Por otro lado en la segunda relación dio como resultado obtenido en la prueba de Pearson que hay una correlación positiva media de 0,428 y una significancia de 0.00. Por ello, se aceptó la hipótesis de investigación que si existe relación entre la responsabilidad ecológica y el medio ambiente como también que existe relación entre la responsabilidad ecológica y huella ecológica en los estudiantes de dichas instituciones educativas.

Así mismo, estos resultados se ven reforzados con la investigación de La empresa Montana (2011), en la cual realizó un proyecto de campaña, cuyo título fue "Reciclación Ecomontana", su investigación fue de enfoque mixto, la empresa realizó una investigación de proyecto en base a un tema social, su instrumento fue aplicado en una población infinita de 300 personas. Con la empresa coincidimos que para la realización de una campaña en cuanto a la realización de un tema social que este

caso es Reciclar papel es necesaria implementar como tema la responsabilidad ecológica como modo de ética en las personas ya que así en el momento del desarrollo de la campaña sirve mucho para la persuasión al público objetivo y así sea aceptable el mensaje establecido. Su investigación complementa mi investigación apoyando en base a la implementación de valores dados en la creación de una campaña gráfica de modo de sensibilización hacia las personas en cuanto a un tema social derivado al cuidado del medio ambiente y huella ecológica. Por lo tanto se puede afirmar que en cuanto al tema elegido, la implementación de valores como una responsabilidad ecológica sirve mucho para la realización y desarrollo de un tema social en una campaña gráfica de manera que aporta mucho al modo sensitivo hacia las personas ya que se puede dar una mejor manera de persuasión a nuestro público objetivo al que queremos llegar.

Por otro lado, se indicó como objetivo determinar la relación entre la responsabilidad ecológica y el impacto ambiental en los niños de 4° a 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017. Con los resultados obtenidos con la prueba de correlación de Pearson se demuestra que existe una correlación positiva media de 0,344 con una significancia de 0.000, Aceptando así la hipótesis de investigación de que si existe relación entre la responsabilidad ecológica y el impacto ambiental.

Finalmente, estos resultados se ven reforzados con la investigación de Claure (2015), titulada Campaña de concientización para un consumo responsable de papel en los estudiantes, su investigación fue de enfoque mixto, el autor realizó una investigación en base a una campaña de concientización hacia los estudiantes ya que aplicó en su instrumento en una población infinita de 162 estudiantes. Con el autor coincidimos que para la creación y desarrollo de una campaña de concientización se debe de tocar temas concisos cuanto al cuidado y protección del medio ambiente. Su investigación complementa mi investigación en base al modo del tema, en el desarrollo de una campaña de concientización para la persuasión de nuestro público objetivo. Por lo tanto se puede afirmar que en cuanto al desarrollo de una campaña gráfica es importante tocar los temas de riesgos que existen sobre el cuidado y protección del medio ambiente para así dar parte a un mejoramiento del desarrollo de una buena cultura verde.

V. CONCLUSIONES

Existe una relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017. Se afirma en base a los resultados dados en las hipótesis de las variables (0.411) con una significancia de 0.000 en donde hay una correlación positiva media entre las dos variables. Por lo tanto, se aceptó la hipótesis de investigación que hay relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable. Por ende, la propuesta de la campaña gráfica funcionó y logró generar un buen consumo responsable sobre el reciclaje de papel, ello quiere decir que se logró su objetivo de concientización hacia los estudiantes.

Así mismo, hay relación entre la creación de la campaña, empleada en la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable (medio ambiente) en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017. Se afirma en base a los resultados dados en las hipótesis de las dimensiones (0,241) con una significancia de 0.000 en la cual hay una correlación positiva débil entre las dos dimensiones. De modo que, se aceptó la hipótesis de investigación de que si existe relación entre la creación de la campaña y el medio ambiente. Por lo tanto la manera en que se distribuyó y organizó aportó en la manera de una sensibilización hacia una buena cultura verde sobre el cuidado del medio ambiente.

De la misma manera, hay relación entre los elementos de la campaña empleados en la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable (Medio Ambiente) en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017. Se afirma en base a los resultados dados en las hipótesis de las dimensiones (0,292) con una significancia de 0.000 en la cual hay una correlación positiva débil entre las dos dimensiones. De modo que, se aceptó la hipótesis de investigación que hay relación entre los elementos de la campaña y el medio ambiente. Por lo tanto, quedó demostrado que el uso de los elementos de una campaña ya sean afiches, volantes, pines, llaveros y mascota, apoyan a tener un mejor percepción en cuanto al tema para que así sea satisfactorio el mensaje hacia el público objetivo.

Por lo tanto, hay también relación entre los elementos de la campaña empleados en la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable (huella ecológica) en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017. Se afirma en base a los resultados dados en las hipótesis de las dimensiones (0,185) con una significancia de 0.000 en la cual hay una correlación positiva débil entre las dos dimensiones. De modo que, se aceptó la hipótesis de investigación de que hay relación entre los elementos de la campaña y huella ecológica. Por lo tanto, quedó demostrado que en cuanto a los elementos plasmados como los diseños, dibujos, colores y formas genera un buen entendimiento y aprendizaje en cuanto al tema realizado en la campaña gráfica hacia el público objetivo.

De la misma manera, hay relación entre la responsabilidad ecológica empleados en la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable (Medio Ambiente) en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017. Esto se afirma en base a los resultados dados en las hipótesis de las dimensiones (0,336) con una significancia de 0.000 en la cual hay una correlación positiva débil entre las dos dimensiones. De modo que, se aceptó la hipótesis de investigación que hay relación entre la responsabilidad ecológica y el medio ambiente. Por lo tanto, quedó demostrado que en cuanto a la realización del tema conforme al desarrollo de la campaña, la implementación de los valores como la responsabilidad ecológica aportó mucho hacia los estudiantes en el modo de persuasión y aprendizaje del tema realizado.

Por lo tanto, hay relación entre la responsabilidad ecológica empleados en la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable (huella ecológica) en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017. Se afirma en base a los resultados dados en las hipótesis de las dimensiones (0,428) con una significancia de 0.000 en la cual hay una correlación positiva media entre las dos dimensiones. De modo que, se aceptó la hipótesis de investigación que hay relación entre la responsabilidad ecológica y huella ecológica. Por lo tanto, quedó demostrado que en cuanto al tema elegido para la realización y desarrollo de una campaña gráfica es necesario implementar los valores en cuanto a una responsabilidad ecológica ya que así se demostró que

en los estudiantes tuvo un mayor alcance en cuanto al conocimiento de los problemas que existen en nuestra actualidad sobre el cuidado del medio ambiente.

Finalmente, se afirma que hay relación entre la responsabilidad ecológica empleados en la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable (impacto ambiental) en los niños de 4° y 6° de primaria de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017. Se afirma en base a los resultados que se obtuvieron de las hipótesis de las dimensiones (0,344) con una significancia de 0.000 en la cual hay una correlación positiva débil entre las dos dimensiones. De modo que, se aceptó la hipótesis de investigación que hay relación entre la responsabilidad ecológica y el impacto ambiental. Por lo tanto, quedó demostrado en la manera en que se aplicó la campaña gráfica aportó mucho al contenido y sobre todo al valoramiento del tema realizado para que este sea de una manera de estrategia en forma de recordatorio y quedar en las mentes de los estudiantes.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda a estudios futuros aplicar una investigación de estudio longitudinal (causa y efecto), ya que sería un aporte relevante para comprobar la importancia sobre una campaña gráfica en cuanto al modo de persuadir a las personas como también a dar paso a la concientización en las personas.

De modo que, se recomienda implementar más piezas gráficas como parte de la campaña a realizar. En este estudio solo se utilizó el diseño de volantes, afiches, la mascota y el merchandising, sería aceptable en estos tipos de casos diseñar una campaña gráfica completa de 360, ya que implicaría la planificación y realización de distintos diseños que apoyen a difundir la creación de papel ecológico en las instituciones educativas, incentivando el reciclaje de papel y cuidado del medio ambiente.

Por otro lado, se recomienda en las instituciones educativas implementar talleres sobre la realización de papel ecológico en el curso de Arte, como aporte e incentivo al cuidado del medio ambiente y a la educación en los estudiantes en cuanto al reciclaje, en este caso de papel.

Así mismo, esta investigación propone a los diseñadores la creación de una campaña gráfica, dado que en visto que capta la atención en las personas, siendo así un paso en cuanto al desarrollo para el mejoramiento de poder dar una forma un poco más interactiva en cuanto al mensaje que se quiere dar a conocer. Por lo tanto, se recomienda el uso de estrategias creativas para una mejor experiencia de forma recordativa en el público objetivo, creando así un mejor vínculo y el modo de persuasión.

Finalmente, se recomienda la realización de campañas graficas con diversos temas sociales, ya que se demostró en esta investigación un buen alcance en la persuasión del público objetivo.

VII. REFERENCIAS

- A., S. V. (2014). ¿Cómo diseñar una campaña de publicidad? (Primera edición ed.). (R. d. Poblenu, Ed.) Barcelona: UOC.
- C., F. P. (1980). Educación y Concientización (Vol. 10). (Sígueme, Ed.) California: Pedagogía y Sociedad. Recuperado el 10 de Octubre de 2016, de <https://books.google.com.pe/books?id=DTINAQAAIAAJ&q=concientizaci%C3%B3n&dq=concientizaci%C3%B3n&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi49syNm8fPAhXC7R4KHYMNBhQQ6AEIPzAF>
- C, O.M (2002). Corporación social responsable. (1era Ed.). Europa: Ediciones Comisiones Europeas.
- D., R. V. (2014). La comunicación visual y sus influencia en las campañas de comunicación gráfica para la enseñanza y aplicación del reciclaje en el hogar de los estudiantes de 4º año de educación basica de la escuela Prócer de León de Febres Cordero. Guallaquil, Ecuador.
- F., L. A. (2003). definición.mx. Recuperado el 12 de Setiembre de 2016, de <http://definicion.mx/campana/>
- Facua. (2009). Huella ecológica: Hábitos de un consumo responsable. Sevilla. Recuperado el 20 de Octubre de 2016, de <https://www.facua.org/es/guias/guia105.pdf>
- Flores, R. (2000). slidesahre.net. Recuperado el 14 de Setiembre de 2016, de <http://www.slideshare.net/yinadaza/metodo-de-concientizacion-paulo-freire>
- Friedrich, F. (1996). Por un consumo responsable. (F. F. Ebert, Ed.) Texas, México: Grupo de Estudios Ambientales (Mexico).
- Guzmán, J. E (2003). Desarrollo de campaña publicitaria. (1era Ed.).Nuevo León: Ediciones Facultad de Contaduría Pública.
- González, E (1999). Ética y ecología la gestión empresarial del medio ambiente. (1era Ed.).Central térmica de Andora: Ediciones Publicaciones de la Universidad Jaume.
- Hernández, M.A (2000). El cuidado del medio ambiental. (1era ed.). México: Ediciones Universidad Autónoma.
- J., B. C. (6 de Octubre de Octubre de 2002). Obtenido de Pihua: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1459/AE_240.pdf;jsessionid=B48A79E8768600CF34F23A141BE66822?sequen

- Josepa, B. (11 de Octubre de Octubre de 1997). Medio Ambiente: Poder y Espectaculo (Primera Edición ed.). Cepalles, Barcelina: ICARIA. Recuperado el 11 de Octubre de 2016, de <https://books.google.com.pe/books?id=jea5e1VfV1QC&printsec=frontcover&dq=medio+ambiente&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj5uNypxcfPAhXImR4KHc7WCjAQ6AEIHDA#v=onepage&q=medio%20ambiente&f=false>
- M, P. B. (2002). La evaluación del impacto ambiental y social del siglo XX (Primera edición ed.). Madrid, España: Fundamentos. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=_4SJ5ADAvAEC&pg=PA216&dq=consecuencias+de+impacto+ambiental&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiZu4qPvcfPAhUB8j4KHdVVCScQ6AEIHDA#v=onepage&q=consecuencias%20de%20impacto%20ambiental&f=false
- Manuel, V. (2011). Los caminos del reciclaje (Primera edición ed.). (C. Aribau, Ed.) Barcelona, España: Emprendimientos.
- Millan, H. (2000). El cuidado del Medio Ambiental (Primera edición ed.). México. Recuperado el 16 de Octubre de 2016, de <https://books.google.com.pe/books?id=tKzlnQxHOPAC&pg=PA72&dq=cuidado+del+medio+ambiente+libros&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiz8ceaoMfPAhXL1x4KHSZZBrwQ6AEIGjAA#v=onepage&q=cuidado%20del%20medio%20ambiente%20libros&f=false>
- Molina, M. (2000). ecologos.jimdo. Recuperado el 8 de Octubre de 2016, de <http://ecolocos.jimdo.com/impacto-ambiental/consecuencia-del-impacto-ambiental/>
- Montana, Q. (2011). consumoresponsable.org. Recuperado el 5 de Setiembre de 2016, de <http://www.consumoresponsable.org/actua/papel>
- Orea, G. (2013). Evaluación del impacto ambiental (Tercera edición ed.). (D. Orea, Ed.) España: Mundi-Prensa. Recuperado el 23 de Octubre de 2016, de <https://books.google.com.pe/books?id=9VOuAwAAQBAJ&pg=PA135&dq=causas+de+impacto+ambiental&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwifv8uZucfPAhVEdR4KHWCKkCakQ6AEIHDA#v=onepage&q=causas%20de%20impacto%20ambiental&f=false>
- Pacodori, G. (8 de Julio de 2015). Cevagraf.coop. (D. Carnero, Editor) Recuperado el 7 de Setiembre de 2016, de <http://www.cevagraf.coop/posts/papel-ecologico-y-papel-reciclado/>
- Quintana, D. L. (14 de Febrero de 2011). Ecología Verde. Recuperado el 8 de Setiembre de 2016, de <http://www.ecologiaverde.com/campanas-de-publicidad-ecologica/>

- Roman, A. (4 de Setiembre del 2016 de Setiembre de 2000). Planeta .cnn. Obtenido de <http://expansion.mx/planetacnn/2012/06/05/las-campanas-ecologicas-buscan-consolidar-una-verdadera-cultura-verde>
- Sandoval, P. (2011). monografias.com. (M. Morales, Productor) Recuperado el 8 de Setiembre de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos89/el-reciclaje-papel/el-reciclaje-papel.shtml>
- Taller Ecologista, R. (2007). Campaña de reciclado en las escuelas. (1er Ed.). Argentina: Ediciones Municipalidad del Rosario.
- Wackernagel, W. R. (2013). cf.navarra. (Eco.sos) Recuperado el 8 de Octubre de 2016, de <http://www.cfnavarra.es/medioambiente/agenda/Huella/EcoSos.htm>
- Zapata, G. (14 de Abril de 2012). todomkblog. Recuperado el 10 de Setiembre de 2016, de <http://www.todomkblog.com/2013/11/responsabilidad-medio-ambiente.html>

ANEXO 1. Matriz de consistencia

TÍTULO: "Relación entre la Campaña Gráfica de reciclaje de papel y el Consumo Responsable en niños de 4° a 8° de primaria de dos Colegios en Comas-Lima-Norte-2018"

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES Y INDICADORES	METODOLOGIA
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Campaña Gráfica de Reciclaje de Papel	Creación de Campaña	Diseño de Investigación No experimental-transversal Según su paradigma: Cuantitativa Según su profundidad de estudio: I. Correlacional Según su alcance temporal: Descriptivo
¿Cuál es la relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017?	Determinar la relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017.	Existe una relación entre la campaña gráfica de reciclaje de papel y el consumo responsable en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017.		✓ Propuesta de comunicación ✓ Expresión Creativa	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		Elementos de campaña	Según su finalidad: I. Aplicada Según su fuente de datos: I. de campo
¿Cuál es la relación entre la Creación de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017?	Determinar la relación entre la Creación de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017.	Existe una relación entre la Creación de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017.		✓ Determinación de objetivos ✓ Adopción del mensaje	
¿Cuál es la relación entre la Creación de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017?	Determinar la relación entre la Creación de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017.	Existe una relación entre la Creación de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017.		Responsabilidad Ecológica ✓ Cuidado del medio ambiente ✓ La regla de las tres "R"	Según su amplitud: Macro sociológica Según el tiempo que se efectúa: I. Sincrónica Población Estudiantes de 4 a 8 grado de nivel Primaria de dos colegios en Comas.
¿Cuál es la relación Entre la Creación de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017?	Determinar la relación entre la Creación de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017.	Existe una relación entre la Creación de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017.	Consumo Responsable	Medio ambiente ✓ Educación ambiental Reflexivo ✓ Conciencia ambiental	
¿Cuál es la relación entre los Elementos de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima norte 2017?	Determinar la relación entre los Elementos de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.	Existe una relación entre los Elementos de Campaña y el Medio Ambiente en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en Comas-Lima-Norte-2017.		Huella Ecológica ✓ Cambio de hábito ✓ Sostenibilidad	

¿Cuál es la relación entre los Elementos de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en comas- lima norte 2017?	Determinar la relación entre los Elementos de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado en comas- lima norte 2017.	Existe una relación entre los Elementos de Campaña y la Huella Ecológica en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en comas- lima norte 2017.			
¿Cuál es la relación entre los Elementos de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en comas- lima norte 2017?	Determinar la relación entre los Elementos de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado en comas- lima norte 2017.	Existe una relación entre los Elementos de Campaña y el Impacto Ambiental en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en comas- lima norte 2017.			
¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Medio Ambiente en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en comas- lima norte 2017?	Determinar la relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Medio Ambiente en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado en comas- lima norte 2017.	Existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Medio Ambiente en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en comas- lima norte 2017.			
¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad Ecológica y la Huella Ecológica en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en comas- lima norte 2017?	Determinar la relación entre la Responsabilidad Ecológica y la Huella Ecológica en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado en comas- lima norte 2017.	Existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y la Huella Ecológica en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en comas- lima norte 2017.			
¿Cuál es la relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Impacto Ambiental en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en comas- lima norte 2017?	Determinar la relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Impacto Ambiental en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado en comas- lima norte 2017.	Existe una relación entre la Responsabilidad Ecológica y el Impacto Ambiental en los niños de 7 a 13 años del colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa en comas- lima norte 2017.			Impacto Ambiental ✓ Causas ✓ Efectos

ANEXO 2. Matriz de Operalización de variables

TITULO: "Relación entre la Campaña Gráfica de reciclaje de papel y el Consumo Responsable en niños de 4º a 6º de primaria de dos Colegios en Comas-Lima-Norte-2016"

DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN
Son campañas que tienen tendencias reales que poco a poco pueden ir ayudarnos a cambiar, fomentando así en cada acción, la responsabilidad, concientización, sensibilización, cuidado y consumo responsable en un cambio gradual, buscando así consolidar verdaderamente una cultura verde. (Taller ecologista, 2007).	Se refiere a que son distintas maneras de organización de campañas con el fin de poder cumplir sus objetivos y tener un mejor alcance o cambios a las personas dirigidas, que hoy en día nos rodean. (Taller ecologista, 2007)	CAMPANA GRAFICA	CREACION DE LA CAMPANA	Propuesta de comunicación	1.- Me ayudo "Papelin" aprender sobre el reciclaje de papel.	(1)Muy de acuerdo (2)De acuerdo (3)Ni de acuerdo Ni en desacuerdo (4)En desacuerdo (5)Muy en desacuerdo
				Expresión Creativa	2.- Fue fácil aprender con los dibujos como se recicla el papel.	
			ELEMENTOS DE LA CAMPANA	Determinación de objetivos	3.- Pondría en práctica el reciclado de papel.	
		RECICLAJE DE PAPEL		Adopción del mensaje	4.- Se me hizo fácil el mensaje del reciclado de papel.	
		Son organizaciones ecológicas, sociales y políticas que consideran que los seres humanos harían bien en cambiar sus hábitos de consumo ajustando los a sus necesidades reales y optando en el mercado por opciones que favorezcan la conservación del medio ambiente y la igualdad social. (Fauca, 2009).	Se logra obtener diferentes puntos de vista al consumo responsable, que tiene de gran importancia ya que nos ayuda a formarnos como personas y poder proteger así nuestro medio donde coexistimos y desempeñarnos como una sociedad constructiva. (Fauca, 2009)	MEDIO AMBIENTE	MEDIO AMBIENTE	
Conciencia ambiental	8.- Entendí bien sobre cómo cuidar a nuestro medio ambiente.					
HUELLA ECOLOGICA	Cambio de hábito				9.- No seguiré votando más papel que no utilice en mis tareas.	
	Sostenibilidad				10.- Consumiré el papel ecológico para mis tareas.	
IMPACTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL			Causas	11.- El mal uso del papel afecta a nuestro medio ambiente.	Efectos

ANEXO 3. Instrumento

ENCUESTA

Presentación del encuestador

Buenos días

La presente encuesta forma parte de un proyecto de investigación para saber la relación entre el diseño de una pieza grafica de educación ambiental y el aprendizaje.

Preguntas

Marcar con una **(X)** solo una alternativa, además deberá contestar todas las preguntas. La información que proporcionará es importante, es de carácter anónimo y confidencial. Le agradezco anticipadamente.

ITEM	CRITERIOS				
	Muy deacuerdo 5	Deacuerdo 4	Ni de acuerdo ni en desacuerdo 3	En desacuerdo 2	Muy en desacuerdo 1
1.- Me ayudo "Papelin" aprender sobre el reciclaje de papel.					
2.- Fue fácil aprender con los dibujos como se recicla el papel.					
3.- Pondría en práctica el reciclado de papel.					
4.- Se me hizo fácil el mensaje del reciclado de papel.					
5.- Sé cómo afecta la basura en la salud.					
6.- Reciclaré cada vez que no utilice algún papel en mis clases.					
7.- Se me hizo fácil aprender los tipos de papel que hay.					
8.- Entendí bien sobre cómo cuidar a nuestro medio ambiente.					
9.- No seguiré votando más papel que no utilice en mis tareas.					
10.- Consumiré el papel ecológico para mis tareas.					
11.- El mal uso del papel afecta a nuestro medio ambiente.					
12.- Me quedo claro las consecuencias que tiene el impacto ambiental.					

ANEXO 4. Validación de instrumentos



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: MONTUÑA MONTERO MIRTHA

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....() Licenciado....(X) Otros. Especifique

Universidad que labora:UCV.....

Fecha: 20 ABRIL 2017

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"RELACION ENTRE LA GRÁFICA DE RECICLAJE DE PAPEL Y EL CONSUMO RESPONSABLE EN NEGOS DE 4º A 6º DE PRIMARIA DE LOS COLEGIOS EN COMAS -LIMA-NORTE-2016"

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

Firma del experto:

MIRTHA MONTUÑA MONTERO
Nombres y apellidos

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: ITUCCIZAGA URBINA CESAR

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....(☒) Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora:UCV.....

Fecha: 18-04-17

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"RELACIÓN ENTRE LA CAMPAÑA GRÁFICA DE RECICLAJE DE PAPEL Y EL CONSUMO RESPONSABLE EN NIÑOS DE 4° A 6° DE PRIMARIA DE DOS COLEGIOS EN COMAS - LIMA - NORTE - 2016."

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		<input checked="" type="checkbox"/>	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

Firma del experto:



CESAR ITURIZAGA URBINA
Nombres y apellidos

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Melchor Agüero Lilianna

Título y/o Grado:

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....() Licenciado....(X) Otros. Especifique

Universidad que labora:UCV.....

Fecha: 18-04-2017

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

"RELACIÓN ENTRE LA CAMPAÑA GRÁFICA DE RECICLAJE DE PAPEL Y EL CONSUMO RESPONSABLE EN NIÑOS DE 4ª Y 6ª DE PRIMARIA DE DOS COLEGIOS EN CONAS - LIMA - NOROCCIDENTE - 2016"
Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "X" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	01	


SUGERENCIAS:

Firma del experto:



Lilianna Melchor Agüero
Nombres y apellidos

ANEXO 5. Carta de permiso de la Institución

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**
"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

fb/ucvperu
@ucv_peru
#salvadefrente
ucv.edu.pe

CP-006-2017-I- ADGE/LIMA-NORTE

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ARTE & DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL**

Lima, 20 de abril de 2017

Señor
Humberto Luis Aquino Mauricio
COLEGIO I.E. JUAN VELASCO ALVARADO
Presente.-


De mi consideración:
Por medio de la presente permítame saldarles cordialmente y a la vez presentarle a nuestra estudiante; Quien actualmente se encuentra matriculada en el X ciclo (semestre 2017-I) en nuestra Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial.

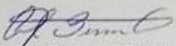
N°	APELLIDOS Y NOMBRES	DNI
1	PENAS QUESADA CLAUDIA ESTHEFANI	70052038

En el marco de la agenda académica, la alumna en mención solicita realizar una campaña y a su vez unas encuestas a los alumnos sobre el reciclaje del papel, para cuyo efecto solicitamos a ustedes otorgar las facilidades necesarias y señalar el día, fecha y hora de la visita.

Agradezco por anticipado la atención que brinde a la presente.

Atentamente,




Mg. Cecilia Brenner Galarza
Directora
de Arte & Diseño Gráfico Empresarial
Universidad Cesar Vallejo
Lima Norte

LIMA NORTE Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos. Tel.:(+511) 202 4342 Fax.:(+511) 202 4343
LIMA ESTE Av. del Parque 640, Urb. Canto Rey, San Juan de Lurigancho Tel.:(+511) 200 9030 Anx.:2510.
ATE Carretera Central Km. 8.2 Tel.:(+511) 200 9030 Anx.: 8184
CALLAO Av. Argentina 1795 Tel.:(+511) 202 4342 Anx.: 2650.

ANEXO 6. Data

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda											
	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	PREGUNTA1	Númérico	8	0		{1, Muy en ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
2	PREGUNTA2	Númérico	8	0		{1, Muy en ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
3	PREGUNTA3	Númérico	8	0		{1, Muy en ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
4	PREGUNTA4	Númérico	8	0		{1, Muy en ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
5	PREGUNTA5	Númérico	8	0		{1, Muy en ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
6	PREGUNTA6	Númérico	8	0		{1, Muy en ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
7	PREGUNTA7	Númérico	8	0		{1, Muy en ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
8	PREGUNTA8	Númérico	8	0		{1, Muy en ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
9	PREGUNTA9	Númérico	8	0		{1, Muy en ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
10	PREGUNTA...	Númérico	8	0		{1, Muy en ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
11	PREGUNTA...	Númérico	8	0		{1, Muy en ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
12	PREGUNTA...	Númérico	8	0		{1, Muy en ...	Ninguna	8	Derecha	Escala	Entrada
13	SUMA	Númérico	8	0		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
nr											

Vista de datos

Vista de variables

Archivo

Editar

Ver

Datos

Transformar

Analizar












Marketing directo

Gráficos

Utilidades

Ventana

Ayuda



1: SUMA

60

Visible: 13 de 13 variables

	PREGUNTA1	PREGUNTA2	PREGUNTA3	PR4GUNTA4	PREGUNTA5	PREGUNTA6	PREGUNTA7	PREGUNTA8	PREGUNTA9	PREGUNTA10	PREGUNTA11	PREGUNTA12	SUMA	var	var
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
23	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	55		
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
26	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	56		
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60		
1	1														

Vista de datos

Vista de variables

Archivo

Editar

Ver

Datos

Transformar

Analizar

Marketing directo

Gráficos

Utilidades

Ventana

Ayuda

ANEXO 7. Cronograma de ejecución

Actividades	1 ^{era}	2 ^{da}	3 ^{ra}	4 ^a	5 ^a	6 ^a	7 ^a	8 ^a	9 ^a	10 ^a	11 ^a	12 ^a	13 ^a
1.-Reunión de coordinación													
2. Presentación del Esquema de proyecto de investigación													
3. Asignación de los temas de investigación													
4.Pautas para la búsqueda de información													
5.Planteamiento del problema y fundamentación teórica													
6. Justificación, hipótesis y objetivos de la investigación													
7. Diseño, tipo y nivel de investigación													
8. Variables, operacionalización													
9.Presenta el diseño Metodológico													
10.JORNADA DE INVESTIGACIÓN N°1 Presentación del primer avance													
11. Población y muestra													
12. Técnicas e instrumentos de obtención de datos, métodos de análisis y aspectos Designación del jurado: un metodólogo y dos especialistas													
13. Presenta el Proyecto de investigación para su revisión y aprobación													
14. Presenta el Proyecto de investigación con observaciones levantadas													
15.JORNADA DE INVESTIGACIÓN N° 2: Sustentación del Proyecto de investigación													

ANEXO 8. Producto (Brief)

CAMPAÑA GRÁFICA DE RECICLAJE DE PAPEL:

- **Público Objetivo:** Niños de 4° a 6° de primaria.
- **Género Ambos sexos N.S.E:** B – C
- **Estilo de vida:** Estudiantes.
- **Demografía:** Comas (Colegio Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa.).
- **Psicología:** Para poder encontrar la relación existente entre una campaña gráfica de reciclaje de papel y el desarrollo de un consumo responsable en los niños de los colegios Juan Velasco Alvarado y Santa Rosa.

Determinación de los objetivos

Objetivos generales:

- Informar: se brindará datos resumidos durante la entrega de las tarjetas, afiches, volantes, stikers, pines, decoradas para la difusión del contenido y frases de la campaña.
- Persuadir: modificar la percepción que pueden tener los niños acerca de la campaña de reciclaje de papel.
- Recuerdo: se ofrecerá una experiencia informativa de poder desarrollar una cultura verde entre los niños en su mismo colegio y aparte novedosa ya que se repartirá algunos papeles ecológicos.

Objetivos específicos:

- Atraer a los niños para facilitar la información y el modo de comprensión que obtengan durante la campaña.
- Crear un vínculo por el lado emocional con los niños para el cuidado del medio ambiente.

Medios para la distribución:

Se utilizara: -Afiches- Volantes- Stikers- Pines-Llaveros y un muñeco elaborado de reciclaje.

Estrategias**- Publicidad incógnita:**

- No se mostrará la campaña en su totalidad, primero se hará una aparición sorpresiva en cada aula, con el muñeco (PAPELÍN) como una pequeña forma de interacción entre ellos, captando la atención de los niños.
- Nos ubicaremos en el centro del salón para hacer la aparición y brindar una experiencia a los niños.
- Seguidamente se brindaran las reparticiones de los volantes con frases relacionadas a la campaña de reciclaje de papel para crear un vínculo con el cuidado de nuestro medio ambiente y el desarrollo de un consumo responsable en los niños.
- Se realizará un sorteo de entrega de libretitas elaboradas de papel ecológico de modo de interacción con los niños para no perder su atención.
- Se repartirá los stikers, pines y lapiceros a los niños de modo de regalos que ellos puedan obtener.

Elaboración del Mensaje:

El mensaje adoptado que se quiere transmitir en esta campaña de reciclaje de papel es la de hacer que los niños aprendan sobre este tema muy importante del reciclado de papel, ya que así se estaría aportando al cuidado de nuestro medio ambiente, empezando desde las aulas con la ayuda de estas piezas gráficas informativas como afiches, volantes, dípticos, barnes, stikers, pines, que son muy necesarias para el buen desarrollo de la visualización e aprendizaje de forma didáctica en cuanto a temas muy importantes para la difusión del aprendizaje en los niños , tanto con los profesores para el buen desarrollo de una cultura verde.

Realización de la campaña

La realización de la campaña se llevará a cabo en dos colegios colegio Juan Velazco Alvarado y Santa Rosa en Comas, donde se entrará a cada salón seleccionada de cada colegio, se presentará al muñeco “Papelín” para crear expectativa y captar la atención de los niños, en ese momento aprovecharemos en presentarles nuestros afiches, para que lo puedan visualizar y a la vez se estará dando información sobre el reciclaje de papel y el aprendizaje de cómo desarrollar un buen consumo responsable ,seguidamente de las reparticiones de los volantes decoradas con mensajes alusivos al cuidado del medio ambiente. Finalmente se repartirá los stikers, pines y lapiceros para los niños, se hará una especie de sorteo de libretitas que estarían elaboradas a mano con papel reciclado con diseños alusivos al cuidado del medio ambiente, también se podrán tomar fotos con nuestro muñeco “Papelín”, para así forjar lazos de sensibilización en los niños al valoramiento, cuidado del medio ambiente, aprendizaje del reciclado y consumo responsable para el desarrollo de una cultura verde.

Tipografía:

Se utilizaron tres tipos de tipografías las cuales fueron

SUNRISE INTERNATIONAL

Calibri

Arial

Logo:

Se diseñó un logo en la que se haga muy práctico y visible a la vez para la vista de los alumnos, ya que nuestro público objetivo son de 7 a 12 años. Se utilizó el color azul, pues es el color simbólico del cual significa reciclar papel.

Boceto



Imagen terminada



Creación de Papelín:

Boceto

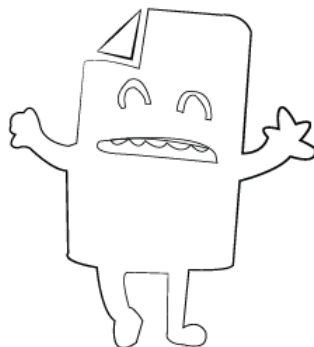
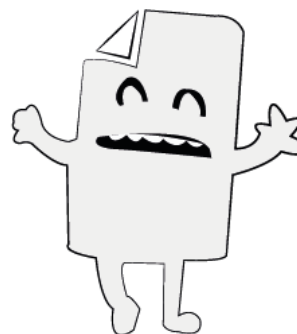


Imagen terminada



Colores:



#199C38



#94BC20



#F2A912



#E52128



#0D323A



#010101



#FCDDBE



#35BCDD

Características de diagramación:

Los afiches fueron impresión a full color en papel cocuhe de 250gr.

El formato para los afiches fue en A3-A4, mientras que en los volantes fueron en A5.

Seguidamente se hizo hacer llaveros con el respectivo Slogan “Reciclemos juntos” y el muñeco “Papelín” en los pines.

El formato para los llaveros y pines fueron de 5cm x 5 cm.

Elaboración de las piezas graficas

Para realizar las piezas graficas primero se realizaron a mano de algunos personajes, que en este caso fueron de los mismos alumnos de ambos colegios, también la creación de “Papelín”, para poder implementarlo en los afiches y volantes, simbolizando así el reciclaje de papel. Se agregó también algunos contenidos sobre el reciclaje, frases y el slogan de la campaña a realizar. Se usó el programa Ilustrator, para vectorizar los personajes, darles forma y finalmente darles color.

Afiches:

En el primer afiche se utilizaron los personajes de los alumnos y el muñeco “Papelín” con el respectivo logo de reciclaje de papel, para que así haga representación sobre, si tener un buena forma de reciclar papel en sus colegios, aulas o entorno que los rodea, nuestro medio ambiente se vería de una forma más cuidada y compromiso esteraríamos contribuyendo a la mejora del medio ambiente al estar creando así una buena cultura verde.

En el segundo afiche se utilizó información del como reciclar, poniendo lo más que es la regla de las 3 “R”, con el respetivo logo de reciclaje de papel.

Volantes:

En el volante se utilizó al muñeco “Papelín”, acompaña por algunas frases y el slogan de la campaña con el respectivo logo de reciclaje de papel, para que así haga representación y en el modo de recordación para los estudiantes poner en práctica siempre el reciclaje de papel.

PIEZAS GRÁFICAS

Boceto

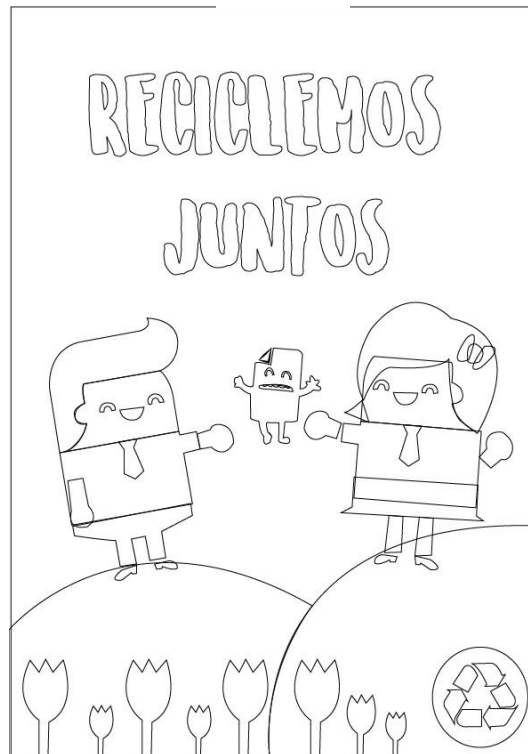


Imagen terminada



Boceto

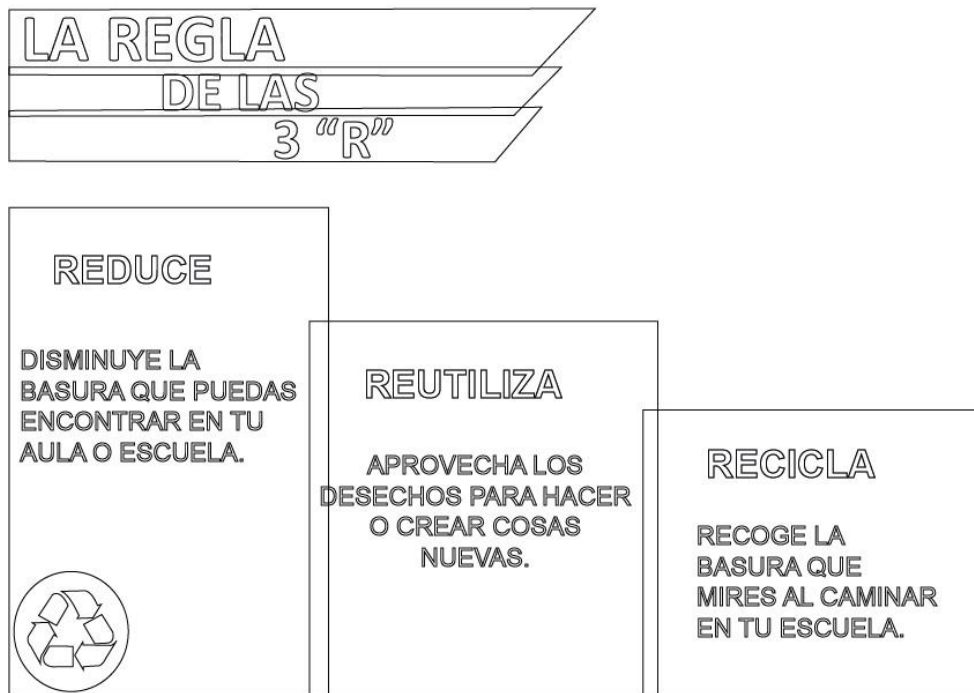


Imagen terminada



Volante

Boceto



Imagen terminada



Stikers

Boceto

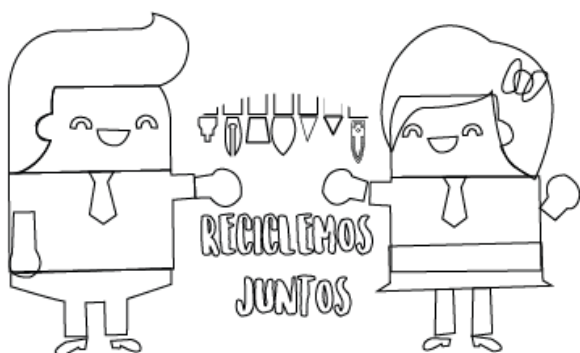


Imagen terminada



Llaveros y pines



Lapiceros y Libretitas Ecológicas



ANEXO 9. Registro de Campo



